

WWW.VIRKISTYSPAIVA.FI -PALVELUN PERUSTAMINEN

Juhani Putkonen

Opinnäytetyö
Toukokuu 2011

Viestinnän koulutusohjelma
Kulttuuriala



JYVÄSKYLÄN AMMATTIKORKEAKOULU
JAMK UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES



Tekijä(t) PUTKONEN, Juhani	Julkaisun laji Opinnäytetyö	Päivämäärä 13.5.2011
	Sivumäärä 53	Julkaisun kieli Suomi
	Luottamuksellisuus () saakka	Verkojulkaisulupa myönnetty (X)
Työn nimi WWW.VIRKISTYSPAIVA.FI -PALVELUN PERUSTAMINEN		
Koulutusohjelma Viestinnän koulutusohjelma		
Työn ohjaaja(t) HEIKKINEN, Martti		
Toimeksiantaja(t) Virkistyspäivä Jyväskylä Ky		
<p>Tiivistelmä</p> <p>Projektityyppisen opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää www.virkistyspaiva.fi -palvelun perustamisvaiheet, sekä kartoittaa palvelun tarpeellisuutta mielikuvakyselyn avulla. Www.virkistyspaiva.fi on Juhani Putkosen ja Tero Lehtisen perustaman Virkistyspäivä Jyväskylä Ky:n tuottama internet-sivusto. Sivuston tavoitteena on nousta suosituimmaksi palveluksi Keski-Suomen alueella varattaessa erilaisia tiloja yksityistilaisuuksiin. Www.virkistyspaiva.fi -sivustolla käyttäjä voi vertailla erilaisia tiloja ja palveluita, sekä varata niitä suoraan sivuston kautta. Raportissa käydään projektin vaiheet kronologisesti läpi ideasta lopulliseen sivustoon.</p> <p>Mielikuvakysely kartoittaa palvelun tarpeellisuutta. Tutkimus oli kvantitatiivinen, eli määrällinen. Tutkimus toteutettiin kokonaisuudessaan sähköisellä Digium-ohjelmalla. Kyselyyn vastasi 117 henkilöä, joiden vastaukset on analysoitu tutkimuksessa.</p> <p>Tutkimustulokset osoittivat sen, että www.virkistyspaiva.fi -sivustolle on selvästi tarvetta. Tutkimuksessa hyödyllisimpiä ilmi tulleita seikkoja on helppo soveltaa käytäntöön. Jatkossa täytyy kiinnittää erityisesti huomiota sivuston käyttäjäystävällisyyteen ja helppouteen. Tutkimus osoitti erityisesti sen, että toimiva ajanvarausjärjestelmä on erittäin tärkeä. Tutkimuksen perusteella www.virkistyspaiva.fi -sivusto on omalla alallaan kaivattu palvelu.</p>		
Avainsanat (asiasanat) Palvelun perustaminen, uusi palvelu, virkistyspäivä		
Muut tiedot		



Author(s) PUTKONEN, Juhani	Type of publication Bachelor's Thesis	Date 13.05.2011
	Pages 53	Language Finnish
	Confidential () Until	Permission for web publication (X)
Title FOUNDING OF WWW.VIRKISTYSPAIVA.FI -SERVICE		
Degree Programme Media Design		
Tutor(s) HEIKKINEN, Martti		
Assigned by Virkistyspäivä Jyväskylä Ky		
<p>Abstract</p> <p>The purpose of the thesis was to tell about the construction of the website www.virkistyspaiva.fi step by step. Also one main reason for this report was to find out if the service is really needed. For that I executed a questionnaire about the service. Virkistyspäivä Jyväskylä Ky is a company founded by Juhani Putkonen and Tero Lehtinen which creates the website. Via the website users can book different sorts of saunas and other facilities where to host a private party. In this thesis this all will be chronologically presented – from the birth of an idea to the launching of the website.</p> <p>The research will identify how people feel about the service, if it is actually needed. The research was made online by the Digium software. There were a total of 117 answers and those results are analyzed in this report.</p> <p>The results show that the service www.virkistyspaiva.fi is really needed. Also the best ideas followed by the research can be executed in real life. The service must be very user-friendly and easy to use. One of the most important things for this kind of service is a perfectly working online booking system.</p>		
Keywords Recreation day, new service, developing a service		
Miscellaneous		

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	3
2 PROJEKTIN TAUSTAT JA TAVOITTEET	4
2.1 Idea	4
2.2 Projektin tavoitteet	4
2.3 Vertailukohdat.....	5
3 PROJEKTIN VAIHEET	6
3.1 Idean kehittyminen	6
3.2 Yrityksen perustaminen ja yrityksen viestintä.....	7
3.3 Sivuston toimintatapa, ilme ja tekninen toteutus	10
3.4 Sivuston markkinointi	14
3.5 Lopullinen sivusto	16
4 TUTKIMUS	18
4.1 Tutkimusongelmat.....	18
4.2 Tutkimusmenetelmä ja kyselylomakkeen laadinta.....	18
4.3 Aineiston keruu	19
4.4 Aineiston luotettavuus	20
5 TUTKIMUSTULOKSET	21
5.1 Ensivaikutelma www.virkistyspaiva.fi -palvelusta	21
5.2 Palvelun ominaisuudet	22

5.3	Palvelun käyttäminen	25
5.4	Vaihtoehtojen hakeminen ja kohderyhmät.....	27
5.5	Yksityistilaisuuksien järjestäminen ja osallistuminen	30
5.6	Lopullinen mielikuva palvelusta	32
5.7	Vapaa sana	33
6	JOHTOPÄÄTÖKSET.....	35
6.1	Ensivaikutelma	35
6.2	Mitä ominaisuuksia vastaajat arvostivat	35
6.3	Sivuston kiinnostus	36
6.4	Tiedonhakukanavat ja potentiaaliset kohderyhmät	37
6.5	Vastaajien aktiivisuus koskien yksityistilaisuuksia.....	37
6.6	Www.virkistyspaiva.fi -sivuston tarpeellisuus.....	38
6.7	Vastaajien omat mielipiteet.....	38
6.8	Pohdinta	39
7	PROJEKTIN ARVIOINTI	41
	LÄHTEET	43
	LIITTEET.....	44
	Liite 1. Kyselylomake	44
	Liite 2. Tutkimuksen tulokset.....	46

1 JOHDANTO

Www.virkistyspaiva.fi on Tero Lehtisen ja Juhani Putkosen perustaman yrityksen, Virkistyspäivä Jyväskylä Ky:n, toteuttama internet-sivusto. Sivuston tavoitteena on tulla käytetyimmäksi ja tunnetuimmaksi palveluksi Keski-Suomen alueella varattaessa ja järjestettäessä yksityistilaisuuksia. Sivusto aukeaa käyttöön 1.6.2011 osoitteessa www.virkistyspaiva.fi.

Raportti käsittelee kyseisen projektin etenemistä ideasta aina siihen asti, kun sivusto on valmiina julkaistavaksi internetissä. Opinnäytetyöhön sisältyvä Digium-ohjelmalla toteutettu kvantitatiivinen tutkimus antaa Virkistyspäivä Jyväskylä Ky:lle arvokasta tietoa uuden internet-sivuston tarpeellisuudesta. Kyseessä on projektityyppinen opinnäytetyö josta, käyvät ilmi projektin taustat ja tavoitteet sekä projektin eri vaiheet. Raportissa on myös tutkimuksen toteutus ja analysointi, projektin tulosten kuvailu ja projektin arviointi.

Raportin tavoitteena on kuvata vaiheittain www.virkistyspaiva.fi -sivuston luominen sekä selvittää mielikuvakyselyn avulla, kuinka tarpeelliseksi ihmiset kokevat tällaisen palvelukonseptin.

2 PROJEKTIN TAUSTAT JA TAVOITTEET

2.1 Idea

Www.virkistyspaiva.fi -sivusto päätettiin perustaa Tero Lehtisen ja Juhani Putkosen oman tarpeen pohjalta. Molemmat järjestämme paljon yksityistilaisuuksia niin kaveriporukoille kuin urheiluseuroille, joissa vaikutamme, ja huomasimme että sopivia tiloja on vaikea löytää. Tällä hetkellä tilojen ja palveluiden vertailu on vaikeaa, koska useimmilla tilojen tarjoajista ei ole riittäviä resursseja markkinointiin eikä myyntiin, ja siksi tieto palvelusta ei välity potentiaaliselle asiakkaalle. Vaikka asiakas tuntee tilan jo entuudestaan, joutuu hän soittamaan jokaiseen paikkaan erikseen ja tiedustelemaan, onko kyseinen tila varattu ja kuinka paljon se tulisi maksamaan.

Google-haun kautta löytyy vain vähän tietoa Jyväskylän alueelta löytyvistä saunatiloista, yksityistilaisuuksien järjestämispaikoista, sekä muista virkistymispalveluista. Haettaessa Googlestä sanoilla ”saunatila Jyväskylä” löytyy 20 ensimmäisen hakutuloksen joukosta vain kaksi tilan tarjoajaa. Näiden kokemiemme ongelmien perusteella päätimme lähteä perustamaan www.virkistyspaiva.fi -sivustoa.

2.2 Projektin tavoitteet

Projektin tavoitteena on luoda käyttäjäystävällinen internet-sivusto, jonka avulla käyttäjä pystyy vertailemaan sekä varaamaan sieltä löytyviä erilaisia tiloja ja palveluita. Käyttäjä näkee sivuilla olevasta ajanvarausjärjestelmästä suoraan milloin, mikäkin tila on vapaana. Sivuilla näkyy myös jokaisen varattavan tilan/palvelun hinta, jolloin asiakas voi tehdä hintavertailua niiden välillä.

Www.virkistyspaiva.fi toimii siis jo valmiina olevien tilojen ja palveluiden välityspalveluna. Sivustomme listaa erilaisia palveluita ja tiloja, joita voidaan varata yksityistilaisuuksiin suoraan internetin kautta. Tavoitteena on myös kannustaa ihmisiä järjestä-

mään enemmän yksityistilaisuuksia, koska sivustomme tekee sen helpoksi. Pyrimme saavuttamaan huomattavan suosion ja trendin yksityistilaisuuksien järjestämiseen sivustomme kautta.

Tavoitteena on, että www.virkistyspaiva.fi -sivusto on käyttövalmiudessa keskiviikkona 1.6.2011. Asetimme tavoitteeksi, että sivujen avautuessa sieltä löytyy vähintään 20 erilaista varattavaa tilaa ja palvelua. Haemme myös aktiivisesti yhteistyökumppaneita, jotka olisivat kiinnostuneita näkymään sivustollamme ja tekemään kanssamme yhteistyötä projektimme alkumetreistä lähtien.

2.3 Vertailukohdat

Suoranaisia vertailukohtia tälle projektille ei Suomessa ole. [Www.lomarengas.fi](http://www.lomarengas.fi) on samantyyppinen sivusto, jossa voidaan varata mökkejä, mutta suoranaista vertailukohtaa, josta pystyisi varamaan meidän palvelumme kaltaisia tiloja, ei ole löytynyt. Oulussa toimiva www.saunatilat.fi puolestaan listaa Oulun seudun saunatilat, mutta sivusto on todella pelkistetty ja siitä puuttuu tilojen varausmahdollisuus. Teimme perusteellisen selvityksen potentiaalisista tiloista Keski-Suomen alueella. Tiloja löytyi kartoituksessa noin neljäkymmentä. Lähdimme selvittämään tilantarjoajien kiinnostusta palveluamme kohtaan ottamalla heihin yhteyttä puhelimitse, minkä jälkeen sovimme palaverin, jos kiinnostusta ilmeni.

3 PROJEKTIN VAIHEET

3.1 Idean kehittyminen

Ensimmäisen kerran aloimme puhua projektista joulukuussa 2010 Tero Lehtisen kanssa. Saimme idean omien tarpeidemme kautta, koska koimme, että yksityistilaisuuksien järjestäminen on tällä hetkellä työlästä. Etenkin sopivien paikkojen löytäminen tuotti ongelmia. Aloimme miettiä, millä lailla ongelma voitaisiin ratkaista. Vähitellen alkoi muodostua ajatus sivustosta, jossa voisi varata tilan suoraan sekä vertailla vaihtoehtojen hintoja. Lindén (Lindén 2009) toteaaakin kirjassaan nettikaupan perustamisesta näin:

Nykyään perustetaan paljon nettikauppoja ilman, että tukena olisi perinteisen myymälän kautta tapahtuvaa myyntitoimintaa. Tämä johtuu siitä, että nettikaupan perustaminen on tullut helpommaksi kuin koskaan aikaisemmin, joten se on mahdollista ja houkutteleva vaihtoehto kaikille myyntitoiminnasta kiinnostuneille. (Lindén 2009, 170.)

Alusta asti mielessä pyöri sana ”virkistyspäivä” ja siihen liittyvät variaatiot. Kun tarkistuksessa kävi ilmi, että www.virkistyspaiva.fi ja www.virkistyspaiva.fi verkkotunnukset olivat vapaina, päätimme ottaa nimen Virkistyspäivä hankkeemme työnimeksi. Verkkotunnuksia ei kuitenkaan tässä vaiheessa vielä varattu. Muita mahdollisia sivuston nimiehdotuksia olivat mm. Virkistysilta ja Virkistyspäivät.

Projekti pysyi idean ja puheen tasolla noin puolitoista kuukautta, minkä jälkeen päätimme lähteä toteuttamaan sitä.

3.2 Yrityksen perustaminen ja yrityksen viestintä

Lähdimme selvittämään, mikä yritysmuoto sopisi projektillemme parhaiten. Tero Lehtinen on aiemmin toiminut Jyväskylän Tiimiakatemian puolella osuuskunnassa, joten hänellä oli jo tarvittavaa tietotaitoa yrityksen perustamista.

Sovimme tapaamisen Jyväskylän seudun kehittämissyhtiö Jykes Oy:n toimitusjohtaja Jouko Laitisen kanssa. Ensimmäinen tapaaminen oli Laitisen kanssa helmikuun alkupuolella. Tapaamisessa käytiin läpi yleisesti yrityksen perustamista sekä tulevan yrityksemme ideaa.

Meidän tapauksessamme yrityksen toiminta perustetaan uuden liikeidean ympärille. Laitinen suhtautui alusta asti erittäin positiivisesti projektiimme ja piti sitä hyvänä. Laitinen (Laitinen 2011) sanookin Jykesin nettisivuilla seuraavaa:

”Uudet liikeideat ovat olleet mielenkiintoisia ja yrittäjät asenteeltaan kasvuhakuisia. Laitisen mukaan Jyväskylän seudulla, kuten koko Suomessa, on tarvetta nimenomaan kasvuhakuisille yrittäjille nostamaan Keski-Suomea takaisin uuteen nousuun. Kun ottaa aikaisin yhteyttä, pystytään yhdessä katsomaan ideat jo varhaisessa vaiheessa läpi ja etsimään oikeat askelmerkit. Myös yrityskauppa voi olla varteenotettava vaihtoehto uudelle yrittäjälle. Kiinnostus yrittämiseen on ylipäätään hyvä lähtökohta.” (Laitinen 2011.)

Yhteistuumin Laitisen kanssa päädyimme siihen, että yritysmuotona kommandiittiyhtiö sopisi meille parhaiten. Kommandiittiyhtiö koostuu kahdenlaisista yhtiömiehistä: vastuunalaisista ja äänettömistä. Yhtiössä täytyy olla vähintään kaksi vastuunalaista yhtiömiestä sekä vähintään yksi äänetön yhtiömies. Vastuunalaiset yhtiömiehet asettavat yritykseen oman työpanoksensa, ja äänetön yhtiömies sijoittaa rahallisen panoksen. Kommandiittiyhtiön kaupparekisterimaksu on tällä hetkellä 180 euroa. Yrityksessämme vastuunalaisina yhtiömiehinä toimivat Juhani Putkonen ja Tero Lehtinen, sekä äänettömänä yhtiömiehenä Tommi Muhonen.

Ensimmäisen tapaamisen pohjalta seuraava askel oli lähteä kirjoittamaan yritykselle liiketoimintasuunnitelmaa, joka on tärkein asia, kun lähdetään hakemaan starttirahaa yrittäjälle.

Liiketoimintasuunnitelma valmistui lopulliseen muotoonsa helmikuun loppupuolella. Sen valmistuttua sovimme toisen palaverin Laitisen kanssa. Palaverissa kävimme liiketoimintasuunnitelman kohta kohdalta läpi ja teimme siihen Laitisen avustuksella tarvittavat lopulliset muutokset. Laitinen piti liiketoimintasuunnitelmaa hyvänä ja lupasi puoltaa starttirahaa projektiimme. Starttirahaa haetaan Jyväskylän työ- ja elinkeinotoimistolta.

Starttiraha on valtion myöntämää harkinnanvaraista toimeentulotukea yrittäjälle, ja se on tarkoitettu päätoimiseen yrittäjyyteen siirtyvälle uudelle yrittäjälle. Starttirahan tarkoituksena on edistää uutta yritystoimintaa ja omaehtoista työllistymistä. Starttirahalla turvataan yrittäjän toimeentuloa sinä aikana, jonka yritystoiminnan käynnistämisen ja vakiinnuttamisen arvioidaan kestävän, kuitenkin enintään 18 kuukauden ajan. (Suomen Uusyrityskeskukset ry. 2011, 14.)

Sovimme starttirahapalaverin Jyväskylän työ- ja elinkeinotoimiston Kari Lintusen kanssa. Palaveri pidettiin maaliskuun alussa. Veimme Lintuselle starttirahahakemuksemme sekä liiketoimintasuunnitelman. Aluksi kävimme läpi liiketoimintasuunnitelman, josta tuli erittäin hyvää palautetta. Lintunen piti ideastamme, ja saimme häneltä muutaman paikan yhteystiedot, joita hän suositteli tulevalle sivustollemme. Starttirahahakemukset käytiin myös läpi. Liiketoimintasuunnitelman ja Jykesin Jouko Laitisen perustelujen pohjalta Kari Lintunen lupasi puoltaa starttirahahakemustamme seuraavassa kokouksessa, jossa hakemukset käsitellään. Jäimme odottamaan ilmoitusta starttirahahakemuksen läpimenosta. Tässä vaiheessa meille oli jo tullut selväksi, että voimme lähteä rekisteröimään yritystä.

Yritys rekisteröidään tekemällä perustamisilmoitus kaupparekisteriin. Maaliskuun viidentenä päivänä kävimme jättämässä Jyväskylän maistraattiin yrityksemme perustamisilmoituksen. Ilmoitus tapahtuu Y2- lomakkeella, joka on kommandiittiyhtiön

perustamisilmoituslomake. Sen lisäksi tarvitaan yhtiösopimus, jossa on kaikki tarvittavat tiedot yrityksestä sekä jokaisen yhtiömiehen allekirjoitukset. Haimme yrityksellemme nimeä ”Virkistyspäivä Ky” kaupparekisterikeskukselta.

Nimen täytyy olla riittävän yksilöllinen. Sen tulee koostua muista kuin pelkästään yleisistä sanoista, ilmauksista, palvelun kuvauksesta tai paikannimistä. Nimen pitää erottua riittävästi muista rekisterissä olevista nimistä ja tavaramerkeistä. (Suomen Uusyrityskeskukset ry. 2011, 18.)

Hakemamme ”Virkistyspäivä Ky” ei nimenä täyttänyt kaupparekisterikeskuksen vaatimuksia, ja jouduimme hakemaan muutoskaavakkeella uutta nimeä. Syy tähän oli, että sana ”virkistyspäivä” yksinään ei voi olla yrityksemme nimi, vaan sitä pitää yksilöidä lisäämällä siihen esimerkiksi paikkakunnan nimi, jossa yritys toimii. Täytimme muutoskaavakkeen, ja haimme yritykselle nimeä Virkistyspäivä Jyväskylä Ky. Tämä nimi hyväksyttiin, ja siitä tuli yrityksemme virallinen nimi.

Maaliskuun 22. päivänä saimme päätöksen, että starttirahahakemuksemme on hyväksytty. Päätöksen meille myönnetystä tuesta teki Jyväskylän työ- ja elinkeinotoimiston Tapani Pietiläinen Jyväskylässä 22.3.2011 .

Myönnetty tukiaika on 1.4.2011 – 30.9.2011 ja itse tuki 33,46 euroa päivässä. Tukea voidaan hakea kuuden kuukauden jälkeen uudestaan seuraavalle kuudelle kuukaudelle.

Yrityksen sisäinen viestintä hoidetaan pääasiassa kasvotusten, puhelimitse sekä sähköpostitse. Yrityksen jäsenillä on oltava hyvät vuorovaikutustaidot sillä ne auttavat sisäisessä viestinnässä. Olemme tunteneet toisemme pitkään, joten tiedämme toistemme tyylin toimia, toteuttaa asioita ja tehtäviä. Pyrimme sisäisessä viestinnässä siihen, että tiedonkulku on selkeää. Tiedon lähettäjän täytyy pystyä esittämään asiansa niin, että vastaanottaja varmasti ymmärtää, mistä on kysymys.

Yksi viestinnän keino, jota käytämme, ovat kerran kuussa pidettävät kokoukset firman jäsenten kesken. Niissä käydään läpi menneen kuun tapahtumat sekä suunnataan katse lähitulevaisuuteen. Käytössämme on myös videokokousmahdollisuus, jol-

lolin saamme videokuvayhteyden esimerkiksi nettisivujemme koodaajaan Skype-palvelun avulla.

Toimiva organisaation sisäinen viestintä johtaa siihen, että ihmiset ovat hyvin perillä oman työyhteisönsä asioista, ymmärtävät ne hyvin sekä kokevat että heillä on mahdollisuus vaikuttaa niin omaan kuin myös työyhteisönsä tulevaisuuteen. Onnistunut viestintä, johon pyrimme yrityksemme kanssa, vaikuttaa myös työssä viihtymiseen ja jaksamiseen.

Ulkoisella viestinnällä pyrimme tukemaan ja vahvistamaan www.virkistyspaiva.fi -sivuston myyntiä ja markkinointia, sekä luomaan tunnettuutta palvelulle. Ulkoinen viestintä myös pitää yllä palvelumme mainetta, ja pyrimme sen avulla erottautumaan mahdollisista kilpailijoistamme. Pyrimme sellaiseen ulkoiseen viestintään, joka luo, kehittää ja ylläpitää hyviä suhteita ulkoisiin sidosryhmiimme, eli tilan tarjoajiin, asiakkaisiin, mediaan ja muihin yhteistyökumppaneihin. www.virkistyspaiva.fi -sivuston ulkoisesta viestinnästä vastaa pääasiassa Juhani Putkonen, joka myös hoitaa markkinoinnin ja mainonnan. Putkonen toimii tiiviissä yhteistyössä Tero Lehtisen kanssa tukien hänen myyntityötään työyhteisössä.

Pyrimme luomaan ulkoisen viestinnän avulla luotettavan ja rehdin, mutta samalla nuorekkaan ja rennon kuvan sidosryhmillemme yrityksestä sekä sen toiminnasta. Ulkoisessa viestinnässä tärkeää on pitää sidosryhmämme ajan tasalla toiminnastamme ja yhteistyöstä selkeällä ja helposti omaksuttavalla viestinnällä. Ulkoista viestintää sidosryhmien välillä toteutamme mm. sähköpostin, asiakastytyväisyyskyselyiden sekä puheluiden avulla. Tärkeä osa ulkoista viestintää ovat palvelumme nettisivut, joista asiakas saa kaiken tarvitsemansa tiedon palvelustamme.

3.3 Sivuston toimintatapa, ilme ja tekninen totetus

Asiakkaitamme ovat pääasiassa erilaisien virkistyspäiviin liittyvien tilojen tarjoat, kuten sauna-, kokous- ja muiden yksityistilojen tarjoajat. Lisäksi asiakkaitamme ovat

virkistyspalveluihin liittyvät palveluiden tarjoajat, kuten pitopalvelut ja ravintolat. Asiakkaitamme ovat myös yritykset, jotka haluavat ostaa mainostilaa sivuiltamme.

Palvelumme kohderyhminä toimivat yritykset, opiskelijaryhmät, urheiluseurat, polttariporukat ja syntymäpäivien ynnä muiden juhlien järjestäjät (yksityiset henkilöt). Periaatteessa palvelun käyttäjänä voi olla kuka tahansa, joka tarvitsee tiloja/palveluita tilaisuutensa järjestämiseen.

Sivuston käyttäjä voi varata itselleen sopivan tilan/palvelun [virkistyspaiva.fi](http://www.virkistyspaiva.fi) -sivustolla olevan ajanvarauskalenterin kautta. Kun tila on varattu, lähtee varauksesta ja sen tiedoista sähköposti- tai tekstiviestivahvistus asiakkaalle, tilan tarjoajalle ja meille. Näin pystymme seuraamaan ja pitämään yllä sivustomme kautta tulleita tilauksia.

Palvelu on tilaisuutta varaavalle asiakkaalle ilmainen. Sivuston kautta tehdyt varaukset ovat siis saman hintaisia kuin esimerkiksi soittamalla tehdyt varaukset. Kustannukset tulevat tilan/palvelun tarjoajalle, joka maksaa sopimuksessa määritellyn prosenttiosuuden jokaisesta www.virkistyspaiva.fi -sivuston kautta tulleesta tilauksesta. Tilan/palvelun tarjoaja maksaa myös sopimuksessa määritetyn vuosimaksun, joka oikeuttaa paikkaan www.virkistyspaiva.fi -sivustolla. Mikäli tilan/palvelun tarjoaja ei saa sivustomme kautta yhtään tilausta sopimuskauden aikana, on palvelu hänelle ilmainen. Provisioveloitus kannustaa myös meitä markkinoimaan tiloja/palveluita enemmän ja saamaan enemmän tilauksia sivustolla oleville tuotteille.

Tilan/palvelun tarjoaja päivittää www.virkistyspaiva.fi -sivustolla olevan varauskalenterin tilanteen omilla henkilökohtaisilla tunnuksillaan, jotka me luomme hänen käyttöönsä. Tilan/palvelun tarjoaja sitoutuu käyttämään sivustolta löytyvää kalenteria. Hän päivittää muualta kuin sivustomme kautta tulleet tilaukset järjestelmään, jotta ne näkyvät kaikille sivuston käyttäjille. Varauksissa on 24 tunnin varoaika, jonka aikana tilan/palvelun tarjoaja hyväksyy www.virkityspaiva.fi -sivuston kautta tulleen tilauksen. Näin estytään päällekkäisvarauksilta.

Tarkkaa hinnoittelua vuosimaksulle tai provision suuruudelle ei ole päätetty, koska neuvottelutilanteessa täytyy ottaa huomioon kyseessä olevan palvelun hinta, käyttö-

aste ja sijainti. Laskutamme tilan/palvelun tarjoajaa kolmen kuukauden välein provision mukaisesti sivustomme kautta tehdyistä varauksista.

Sivuston teknisestä toteutuksesta vastaa Virkistyspäivä Jyväskylä Ky:n äänetön yhtiömies Tommi Muhonen. Muhonen on koodannut sivustoa Juhani Putkosen ja Tero Lehtisen ohjeiden pohjalta. Halusimme tehdä sivuston yleisilmeestä pirteän ja innostavan. Valitsimme pääväriksi vihreän, joka kuvaa virkistymistä mielestämme erittäin hyvin (ks. kuva 1). Muita hallitsevia värejä sivustolla sekä logossa ovat turkoosi ja pinkki.



KUVA 1. Sivuston ilme huhtikuun puolessa välissä

Sivustomme virallisen logon (ks. kuva 2) on suunnitellut Tommi Muhonen. Logosta tuli mielestämme erittäin onnistunut ja sivustomme näköinen.



KUVA 2. www.virkistyspaiva.fi -sivuston virallinen logo

Logo on toteutettu Adobe Illustrator -ohjelmalla. Sivuston layout eli pohjapiirros on toteutettu Photoshop -kuvankäsittelyohjelmalla. Itse sivusto on koodattu PHP ohjelmointikielellä Wordpress -julkaisualustalle. Sivustoon on integroitu eli upotettu Planyo -ajanvarausjärjestelmä, joka on synkronoitu Googlen ilmaisen kalenterin kanssa.

Verkkopalvelun edellyttämää tilaa voi ostaa käytännössä miltä tahansa Internet-operaattorilta. Lähtökohtana on, että tilan käyttöönsä lunastanut tekee verkkosivunsa omassa työasemassaan ja siirtää ne sitten tilan myyneen yrityksen palvelimelle. Kun sivut on siirretty operaattorin palvelimelle ja palvelulle varattuun kansioon, näkyvät kansioon tallennetut sivut nettiselaimella Internetin kautta. (Koskinen 2004, 61.)

Www.virkistyspaiva.fi -sivusto toimii Suncomet Oy:n palvelimella. Heiltä on myös ostettu verkkotunnus sekä webhotelli, joka mahdollistaa sivuston siirtämisen kaikkien käytettäväksi internettiin. Hankimme käyttöömmme Euronice Oy:lta myös verkkotunnuksen www.virkistyspaiva.fi josta ohjataan käyttäjät automaattisesti www.virkistyspaiva.fi -sivulle. Tarkoituksenamme on käyttää pääasiassa www.virkistyspaiva.fi -osoitetta mainoksissa, esitteissä sekä kaikissa virallisissa tiedotteissa. Ääkkösellinen osoite on kuitenkin hyvä olla olemassa, koska Google-hakuja tehdään sanan ”virkistyspäivä” pohjalta.

3.4 Sivuston markkinointi

Virkistyspaiva.fi on kaikkien saatavilla ympäri vuorokauden internetissä osoitteessa www.virkistyspaiva.fi.

Asiakkaiden tyytyväisyyttä selvitetään asiakastyytyväisyyskyselyllä jonka voi jokainen asiakas halutessaan täyttää käyttettyään www.virkistyspaiva.fi -sivuston palveluita.

www.virkistyspaiva.fi -sivuston mainonnassa pyritään vaikuttamaan potentiaalsiin asiakkaisiin ja kohderyhmiin seuraavilla keinoilla:

- Informointi: ”Markkinoille on tullut tällainen palvelu”
- Suostuttelu/positiivinen mielikuva: ”Näyttääpä helpolta, nopealta, ja käteveltä”
- Muistaminen: ”Pitäisikin varata saunailta”

Mainonnan kognitiivisia (tietoisuus, tunnettuus) tavoitteita sivustollamme on tehdä uudesta palvelusta näkyvä ja saada samalla tunnettuutta yritykselle. Lisätä tunnettuutta myös kaikissa kartoittamissamme kohderyhmissä. Tuoda esille palvelun tarjoamat hyödyt (nopeus, helppous) ja tietyt erityisominaisuudet (varaa heti -toiminto, vertailu).

Lähdemme rakentamaan sivustomme imagoa siten, että ensin tehdään palvelua tutuksi (koe-tilantarjoajat) jotta asiakkaat pystyvät luottamaan siihen. Kun tuote tunnetaan ja sille saadaan näkyvyyttä, se luo yritykselle positiivista imagoa joka taas lisää palvelun käyttöä ja tuo sille luotettavuutta.

www.virkistyspaiva.fi -sivuston affektiivisen (mielikuvat, mielipiteet, asenteet) mainonnan tavoitteita ovat positiivisen ja rennon yrityskuvan luominen. Pyritään myös muuttamaan massojen käyttäytymistä siten, että saunailtojen ja yksityistilaisuuksien järjestämisestä syntyisi ilmiö meidän palvelumme kautta. Kannustetaan eri kohderyhmiä järjestämään ja varaamaan yksityistilaisuuksia ja muita virkistystapahtumia palvelun kautta. Mainonnan kautta pyrimme myös siihen, että Virkistyspaiva.fi on se

portaali, jossa kuluttaja tekee lopullisen ostopäätöksensä. Sivustomme mainonta siis herättää asiakkaan ostokiinnostuksen.

Www.virkistyspaiva.fi -sivuston markkinoinnin pohjalta tavoitteena on että asiakas löytää palvelun, jonka kautta syntyy ostopäätös. Kun ostopäätös on kerran tehty, niin asiakas pyritään pitämään tyytyväisenä jotta saadaan uusintaostoja aikaan.

Kohderyhmät täytyy saada altistumaan mainoksille, eli potentiaalisella asiakkaalla täytyy olla mahdollisuus nähdä tai kuulla mainos. Virkistyspaiva.fi käyttää useita eri mainoskanavia jotta kuluttajat saadaan mahdollisimman hyvin tietoisiksi palvelusta. Mainoskanavia joita käytämme ovat:

- Sähköposti potentiaalisille kohderyhmille, jossa kerrotaan uudesta palvelusta (yritykset, yhdistykset, urheiluseurat, opiskelijajajaostot...)
 - o ”Olemme aloittaneet palvelun josta uskomme olevan teille hyötyä...”
- Sosiaalinen media
 - o Facebookiin luodaan yrityssivusto, jossa voidaan mainostaa www.virkistyspaiva.fi -sivustoa. Facebook on nopein kanava tavoittaa suuria massoja päivittäin.
- Lehtiartikkelit
 - o Juttuvinkkejä paikallisiin lehtiin joista saadaan hyvää mainosta ja näkyvyyttä palvelulle. Keskisuomalainen, Suur-Jyväskylän Lehti, City-lehti...
- Printtimedia
 - o Flyerit, julisteet sekä lehtimainokset. Flyereita voidaan jakaa periaatteessa jokaiseen yritykseen Jyväskylän alueella. Tavoitteena on selvittää yrityksistä henkilö, joka vastaa virkistystoiminnasta. Julisteita mahdollisesti kouluille (ammattikorkeakoulut, yliopistot) ja julisteille tarkoitetuille seinille keskustassa. Lehtimainonta mahdollisesti Suur-Jyväskylä Lehteen ja City-lehteen.
- Tapahtumamarkkinointi
 - o Mukana eri tapahtumissa, joissa voidaan levittää sivuston näkyvyyttä ja tunnettuutta.

- Toiminnassa mukana olevien tilantarjoajien omat tilat
 - o Tiloihin Virkistyspäivän julisteita ja/tai flyereita.
- Radiomainonta
 - o 15 – 20 sekunnin radiomainos Radio Jyväskylään.
- Yhteistyö Opiskelijan jyväskylän kanssa (www.opiskelijanjyvaskyla.fi)

Olemme kehittäneet palvelullemme iskulauseen, jota tullaan käyttämään palvelumme mainonnassa. Se on ”Vertaa, varaa, virkisty”. Se kiteyttää palvelumme idean lyhyesti ja ytimekkäästi.

Sivuston virallinen markkinointi aloitetaan toukokuussa 2011. Niin sanottua puskaradiomainontaa olemme käyttäneet siitä lähtien kun varmistui tieto, että projektilemme myönnettiin starttiraha.

3.5 Lopullinen sivusto

Www.virkistyspaiva.fi -sivusto on kaikkien käytettävissä keskiviikkona 1.6.2011 lähtien. Lopulliselta sivustolta löytyvät osiot: Etusivu, Selaa tiloja, Ilmianna tila, Yhteistyökumppanit, Yhteystiedot, Palaute, sekä Blogi.

Etusivulla on palvelun esittelyteksti josta selviää mitä www.virkistyspaiva.fi -sivustolla voi tehdä. Esitetekstin alapuolelta löytyy hakukone josta voidaan hakea vapaita tiloja/palveluja päivämäärän avulla. Asiakas syöttää hakukoneeseen haluamansa päivämäärän, sekä millaisen tilan/palvelun hän haluaa varata. Seuraavaksi sivusto listaa kaikki vapaana olevat tilat/palvelut käyttäjän hakemalle päivälle aakkosjärjestykseen. Käyttäjä voi nyt vertailla ja tutkia vapaina olevien palveluiden ominaisuuksia ja hintatietoja. Jokaisesta tilasta/palvelusta löytyy tarkat tiedot mitä varaus pitää sisällään, sekä valokuvia jos kyseessä on tilanvuokraus. Kun asiakas on löytänyt itselleen tilan/palvelun jonka hän haluaa varata, ohjaa sivusto asiakasta eteenpäin. Seuraavassa kohdassa asiakas täyttää yhteystietonsa järjestelmään ja hyväksyy varauksen. Kun

tilan/palvelun tarjoaja on hyväksynyt varauksen, saa asiakas tekstiviestillä vahvistuksen tekemästään tilauksesta.

Etusivulle pääsee myös aina painamalla vasemmasta yläkulmasta löytyvää virkistyspäivä-logoa.

Selaa tiloja -osiosta löytyy kaikki varattavissa olevat tilat ja palvelut listattuina. Täältä sivun käyttäjä voi selailla tiloja vapaasti eikä hänen tarvitse käyttää päivämäärähaikua. Myös tämän osion kautta voi varata tilan, sillä jokaisen tilan/palvelun kohdalla tarkemmissa tiedoissa löytyy kalenteri josta näkyy milloin kyseinen kohde on vapaana.

Ilmianna tila -alasivulla sivustomme käyttäjä voi ehdottaa meille jotain tilaa/palvelua jota sivustoltamme ei vielä löydy. Se sisältää yksinkertaisen palautteenantolaatikon johon voidaan jättää tilan/palvelun nimi ja muut tiedot, joihin me voimme olla myöhemmin yhteydessä mahdollisen yhteistyön merkeissä.

Yhteistyökumppanit-alasivulle on listattu kaikki ne tahot jotka ovat jollain tapaa tekemisissä www.virkistyspaiva.fi -sivuston kanssa.

Yhteystiedot-osiosta löytyvät Juhani Putkosen ja Tero Lehtisen yhteystiedot. Lisäksi Virkistyspäivä Jyväskylä Ky:n y-tunnus sekä yrityksen muut tiedot.

Palaute-alasivulta löytyy palautteenantolaatikko, johon kuka tahansa sivustoamme käyttänyt henkilö voi käydä kirjoittamassa palautetta palvelustamme.

Blogi-alasivulle päivitämme lyhyitä juttuja ja uutisia liittyen sivustoomme ja virkistymiseen yleisesti. Täältä löytyvät esimerkiksi uusimmat tilat/palvelut jotka ovat liittyneet sivustollemme. Myös yökerhojen ja ravintoloiden tulevia tapahtumia sekä menovinkkejä löytyy blogistamme.

Näiden osioiden lisäksi sivuston vasempaan vihreään palkkiin tulee mahdollisten sponsoreiden logot/linkit. Facebookin tykkäyslinkki sijaitsee myös vasemmassa palkissa. Klikkaamalla linkkiä käyttäjä siirtyy suoraan Virkistyspäivän Facebook -sivulle, josta hän voi liittyä palvelumme faniksi.

4 TUTKIMUS

4.1 Tutkimusongelmat

Tällä tutkimuksella selvitetään uuden palvelukonseptin, www.virkistyspaiva.fi -sivuston, tarpeellisuutta. Kyseessä on uusi internetissä toimiva palvelu, joten tämän vuoksi tutkimuksen toteuttaminen oli erittäin tärkeää.

Tutkimusongelmat ovat seuraavat:

1. Kuinka tarpeellisenä vastaajat kokevat uuden palvelun?
2. Millainen mielikuva vastaajalle syntyy palvelusta?

Kun otettiin huomioon projektin aikataulu sekä resurssit, niin sopivimmaksi tiedonkeruumenetelmäksi nousi sähköinen kvantitatiivinen tutkimus. Tutkimuksen tuloksia käydään läpi aiheittain myöhemmässä vaiheessa opinnäytetyötä.

4.2 Tutkimusmenetelmä ja kyselylomakkeen laadinta

Kvantitatiivinen tutkimus pyrkii yleistämään. Perusideana on kysyä pieneltä joukolta tutkittavaa ilmiötä tutkimusongelmaan liittyviä kysymyksiä. Pienen joukon eli otoksen vastaajien edellytetään edustavan koko joukkoa eli perusjoukkoa. Tutkimustulosten voidaan katsoa edustavan koko joukkoa. (Kananen 2008, 10.)

Kysely tarkoittaa valmiilla sähköisellä tai paperilomakkeella suoritettavaa tietojen hankintaa (Järvinen & Järvinen 2004, 147).

Kysely sopii tilanteisiin, missä tiedusteltavia asioita on suhteellisen vähän, ja missä vastaajia on suhteellisen paljon. Kysely on siinä mielessä parempi kuin haastattelu että siinä vastaajat saavat itse valita ajankohdan, jolloin kirjaavat vastauksensa kyselylomakkeelle. (Mts. 147.)

Kyselylomake laadittiin helmikuussa 2011. Aluksi lomakkeessa oli useampia kysymyksiä joista lähdettiin karsimaan runkoa lopullista kyselylomaketta varten. Kävimme kysymykset läpi yhdessä opinnäytetyöohjaaja Martti Heikkisen kanssa. Lopullinen kyselylomake sisälsi 13 kysymystä sekä Vapaa sana -osion. Kysely toteutettiin kokonaisuudessaan internetissä sähköisessä Digium-ohjelmassa.

Kyselylomakkeen ensimmäinen kysymys (ks. liite 1) selvittää vastaajan mielikuvaa www.virkistyspaiva.fi -sivustosta lyhyen kuvauksen perusteella. Kysymykset 2-5 kartoittavat palvelun ominaisuuksien tärkeyttä. Kysymykset 6 ja 7 selvittivät vastaajien mahdollista sivuston käyttömäärää. Kysymykset 8-10 kartoittavat vastaajien mieltymyksiä eri virkistymisvaihtoehtojen hakemiseen, sekä siihen, kenet vastaajat mieltävät sivuston kohderyhmäksi. Kysymykset 11 ja 12 selvittivät vastaajien halukkuutta yksityistilaisuuksien järjestämiseen ja niihin osallistumiseen. Kyselylomakkeen viimeinen kysymys selvittää kuinka tärkeänä vastaaja pitää www.virkistyspaiva.fi -palvelua kysymysten pohjalta, eli luodaan lopullinen mielikuva palvelusta.

Kyselyn lopussa vastaaja voi halutessaan kirjoittaa Vapaa sana -osioon omia mieltettään tai vaikkapa parannus ehdotuksia koskien palvelua.

4.3 Aineiston keruu

Tutkimusaineisto kerättiin 7.3.2011 – 28.3.2011 välisenä aikana. Kysely toteutettiin sähköisellä Digium-ohjelmalla. Kyselyyn vastattiin avoimen linkin kautta anonyymina. Linkkiä jaettiin facebookissa sekä sähköpostitse sivustosta mahdollisesti kiinnostuneille kohderyhmille. Kyselyyn vastasi kaiken kaikkiaan 117 henkilöä.

4.4 Aineiston luotettavuus

Tutkimuksen tarkoituksena on saada mahdollisimman todenmukaista ja luotettavaa tietoa. Tutkimuksen luotettavuuden arvioinnissa käytetään validiteetti- ja reliabiliteettikäsitteitä, jotka molemmat tarkoittavat luotettavuutta. (Kananen 2008, 79.)

Reliabiliteetti tarkoittaa saatujen tulosten pysyvyyttä eli jos tutkimus toistettaisiin niin saataisiin samat tulokset. Mittarin reliabiliteetti voi olla korkea eli mittari tuottaa saman tuloksen, mutta mittari on kuitenkin väärä. Reliabiliteetti ei takaa validiteettia. (Mts. 79.)

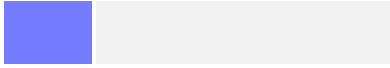

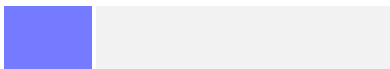
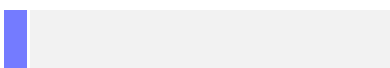
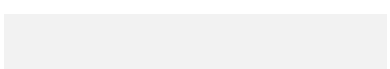
Validiteetti määrittää tuloksien pätevyyden. Validiteetti varmistetaan käyttämällä oikeaa tutkimusmenetelmää, oikeaa mittaria ja mittaamalla oikeita asioita. Tutkimuksessa käytettyjen kysymysten kieli täytyy olla yksiselitteistä ja ymmärrettävää sekä mielellään sellaista, että kaikki kysymyksiin vastaajat ymmärtävät kysymykset samalla tavalla. (Mts. 81-83.)

Kyselyyn vastattiin sähköisen Digium-ohjelman verkkosivuilla. Vastauksia saatiin yhteensä 117 kappaletta mikä koettiin tarpeelliseksi määräksi tässä kyselyssä. Palvelu jota kysely koski ei ollut vastaajille entuudestaan millään tavalla tuttu, koska kysymyksessä oli uuden palvelukonseptin mielikuvakysely.

5 TUTKIMUSTULOKSET

5.1 Ensivaikutelma www.virkistyspaiva.fi -palvelusta





Ensimmäisessä kysymyksessä kysyttiin, kuinka kiinnostuneita ihmiset olisivat käyttämään/hyödyntämään www.virkistyspaiva.fi -palvelua kuvauksen perusteella. Kyselyyn vastattiin asteikolla 1 - 5 (1 = Erittäin kiinnostunut, 5 = En lainkaan kiinnostunut). Vastaajia kyselyssä oli 117, joista 23,28% (27 kpl) oli erittäin kiinnostuneita. Kuten taulukosta (ks. kuvio 1) ilmenee, suurin osa vastaajista (47,41%, 55 kpl) oli melko kiinnostuneita. Jonkin verran kiinnostuneita oli saman verran kuin erittäin kiinnostuneita, eli 23,28%. Kahdeksan vastaajaa vastasi ”En kovinkaan kiinnostunut”, kun taas vaihtoehtoa 5 (En lainkaan kiinnostunut) ei valinnut kukaan.

Vastaus	Lukumäärä	Prosentti	20%	40%	60%	80%	100%
1. Erittäin kiinnostunut	27	23,28%					
2. Melko kiinnostunut	55	47,41%					
3. Jonkin verran kiinnostunut	27	23,28%					
4. En kovin kiinnostunut	8	6,03%					
5. En lainkaan kiinnostunut	0	0,00%					
Yhteensä	117	100%					

KUVIO 1. Ensivaikutelma www.virkistyspaiva.fi -palvelusta

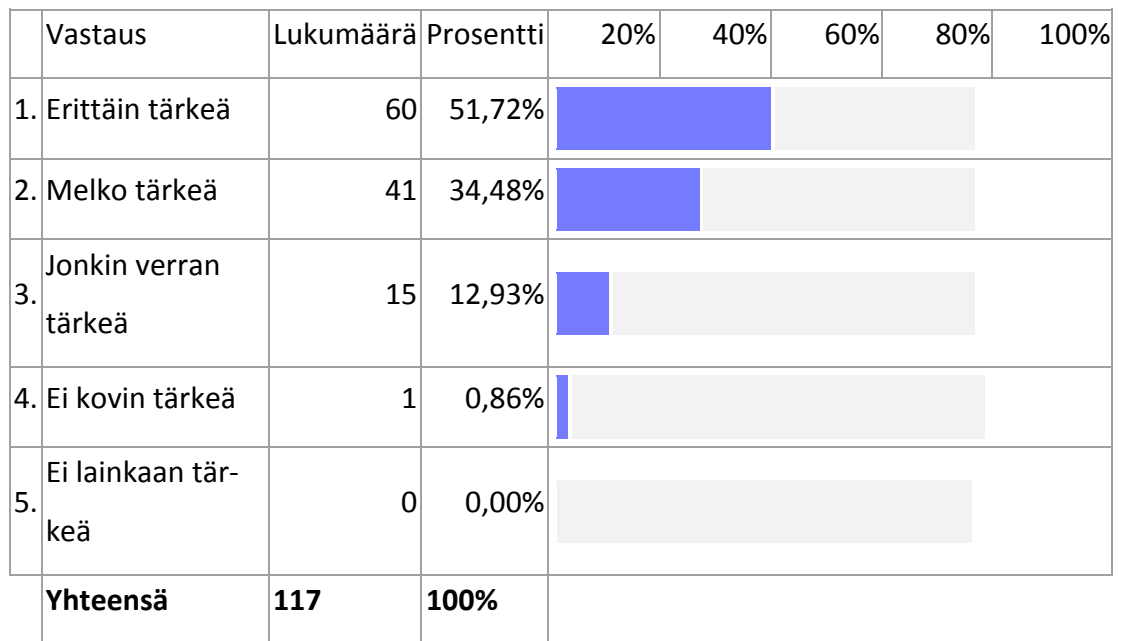
5.2 Palvelun ominaisuudet

Toisessa kysymyksessä selvitettiin, mitkä palvelun ominaisuudet olivat vastaajien mielestä tärkeimpiä. Tällä haettiin tietoa, mitä ominaisuuksia käyttäjät arvostavat ja kuinka paljon. Arvosteluasteikko oli 1= Ei lainkaan tärkeä, 5= Erittäin tärkeä. Ensimmäinen arvioitava ominaisuus oli sivuston helppous ja nopeus. Vastaajista 95% piti sitä vähintään melko tärkeänä ominaisuutena. Seuraava arvioitava ominaisuus oli varausten tekeminen internetissä, eli online-varausmahdollisuus. Tässäkin kysymyksessä 92% vastaajista piti ko. ominaisuutta vähintään melko tärkeänä, jolloin kolmelle ei niin tärkeänä pidetylle vaihtoehdolle jäi yhteensä ainoastaan kahdeksan prosenttia. Vertailumahdollisuus oli vastaajille hyvin tärkeä vaihtoehto, sillä kaikki vastaajat valitsivat vaihtoehdon väliltä 3 - 5. Viimeinen arvioitava ominaisuus oli ideoita herättävä palvelu. Tässä vaihtoehdossa huomattavaa oli se, että ”Erittäin tärkeä” ei ollut enää suosituin vastaus. Sen sijaan vastaajat pitivät kyseistä ominaisuutta melko tärkeänä tai vähemmän tärkeänä 76% (ks. kuvio 2).

	Erittäin tärkeä (Arvo: 5)	Melko tärkeä (Arvo: 4)	Jonkin verran tärkeä (Arvo: 3)	Ei kovin tärkeä (Arvo: 2)	Ei lainkaan tärkeä (Arvo: 1)	Yhteensä
Helppous ja nopeus (avg: 4,64)						100 %
Online-varausmahdollisuus (avg: 4,54)						100 %
Vertailumahdollisuus (avg: 4,43)						100 %
Ideoita herättävä palvelu (avg: 3,89)						100 %
Yhteensä	53 %	35 %	9 %	2 %	0 %	

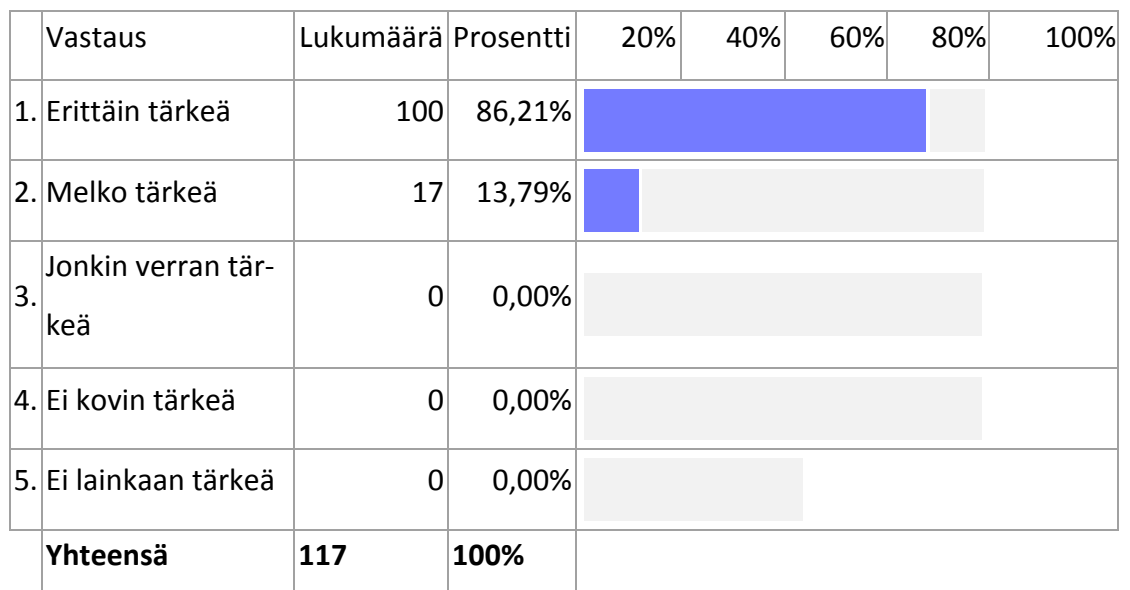
KUVIO 2. Sivuston ominaisuuksien vertailu

Kolmas kysymys koski hintavertailua. Vastaajilta kysyttiin, kuinka tärkeänä he pitävät hintavertailumahdollisuutta. Vastaukset eivät sinällään olleet yllättäviä, kuten kuvio (ks. kuvio 3) sen osoittaa. Vastaajista yli puolet piti ko. mahdollisuutta erittäin tärkeänä, ja vähintään melko tärkeänä sitä piti yhteensä noin 86 prosenttia. Kaikki vastaajat pitivät hintavertailumahdollisuutta vähintään hieman tärkeänä, sillä vaihtoehtoa 5 (ei lainkaan tärkeä) ei valinnut kukaan.



KUVIO 3. Hintavertailun tärkeys

Neljännessä kysymyksessä tiedusteltiin ajanvarausjärjestelmän tärkeyttä. Ajanvarausjärjestelmä on yksi sivuston tärkeimpiä ominaisuuksia, ja tämä on myös vastaajien mielipide. Vastaajista 86,21% piti tätä ominaisuutta erittäin tärkeänä ja 13,79% melko tärkeänä. Muut vaihtoehdot eivät saaneet yhtään kannatusta (ks. kuvio 4).



KUVIO 4. Ajanvarausjärjestelmän tärkeys

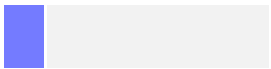
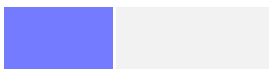
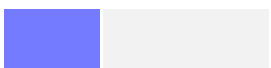
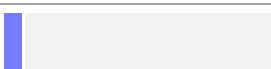
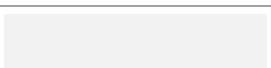
Viides kysymys koski palautteen antamista. Kysymyksessä haluttiin selvittää kuinka tärkeänä vastaajat pitivät mahdollisuutta pystyä kirjoittamaan palautetta varaamastaan tilasta/palvelusta jälkikäteen sivustolle. Palautteen antaminen on tärkeä osa asiakastyytyväisyyttä. Kysymys antaa tietoa, mitä mieltä mahdolliset sivuston käyttäjät ovat tästä mahdollisuudesta. Noin puolet vastaajista (49,57%) piti palautteen antamista melko tärkeänä ominaisuutena. Jonkin verran tärkeänä ominaisuutta piti 22,22% ja erittäin tärkeänä 17,95% vastaajista (ks. kuvio 5).

Vastaus	Lukumäärä	Prosentti	20%	40%	60%	80%	100%
1. Erittäin tärkeä	21	17,95%					
2. Melko tärkeä	58	49,57%					
3. Jonkin verran tärkeä	26	22,22%					
4. Ei kovin tärkeä	11	9,40%					
5. Ei lainkaan tärkeä	1	0,85%					
Yhteensä	117	100%					

KUVIO 5. Jälkikäteen annetun palautteen tärkeys








5.3 Palvelun käyttäminen

Kuudennessa kysymyksessä selvitettiin, kuinka kiinnostuneita vastaajat olisivat käyttämään palvelua vapaa-ajallaan. Vastauksista nousi kaksi vaihtoehtoa ylitse muiden. 41,88% vastaajista olisi melko kiinnostunut käyttämään sitä ja 36,75% olisi jonkin verran kiinnostunut. Erittäin kiinnostuneita oli 16,24% vastaajista. Vastauksien perusteella palvelulle olisi siis käyttöä (ks. kuvio 6)

	Vastaus	Lukumäärä	Prosentti	20%	40%	60%	80%	100%
1.	Erittäin kiinnostunut	19	16,24%					
2.	Melko kiinnostunut	49	41,88%					
3.	Jonkin verran kiinnostunut	43	36,75%					
4.	En kovin kiinnostunut	6	5,13%					
5.	En lainkaan kiinnostunut	0	0,00%					
	Yhteensä	117	100%					

KUVIO 6. Palvelun kiinnostavuus vapaa-ajalla

Seitsemäs kysymys käsitteli vastaajien mahdollista vierailumäärää sivustolla. Tässä selvitettiin kuinka, usein käyttäjä uskoisi vierailevansa www.virkistyspaiva.fi -sivustolla. Vastaus ”Kerran kuukaudessa” nousi suosituimmaksi vastaukseksi 41,03%:lla. ”Pari kertaa vuodessa” vastaus sai 34,29% äänistä ja ”Kerran kolmessa kuukaudessa” 17,95%. Oli positiivista huomata, että kukaan ei valinnut vaihtoehtoa ”En käyttäisi ollenkaan”(ks. kuvio 7).


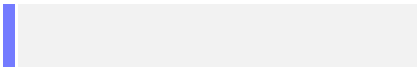
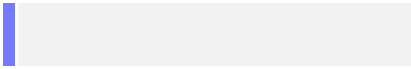

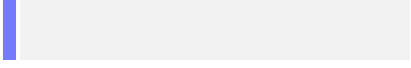
	Vastaus	Lukumäärä	Prosentti	20%	40%	60%	80%	100%
1.	Kerran tai useammin viikossa	2	1,71%					
2.	Kerran kahdessa viikossa	4	3,42%					
3.	Kerran kuukaudessa	48	41,03%					
4.	Kerran kolmessa kuukaudessa	21	17,95%					
5.	Pari kertaa vuodessa	40	34,19%					
6.	Kerran vuodessa	2	1,71%					
7.	En käyttäisi	0	0,00%					
	Yhteensä	117	100%					

KUVIO 7. Mahdolliset vierailumäärät sivustolla

5.4 Vaihtoehtojen hakeminen ja kohderyhmät

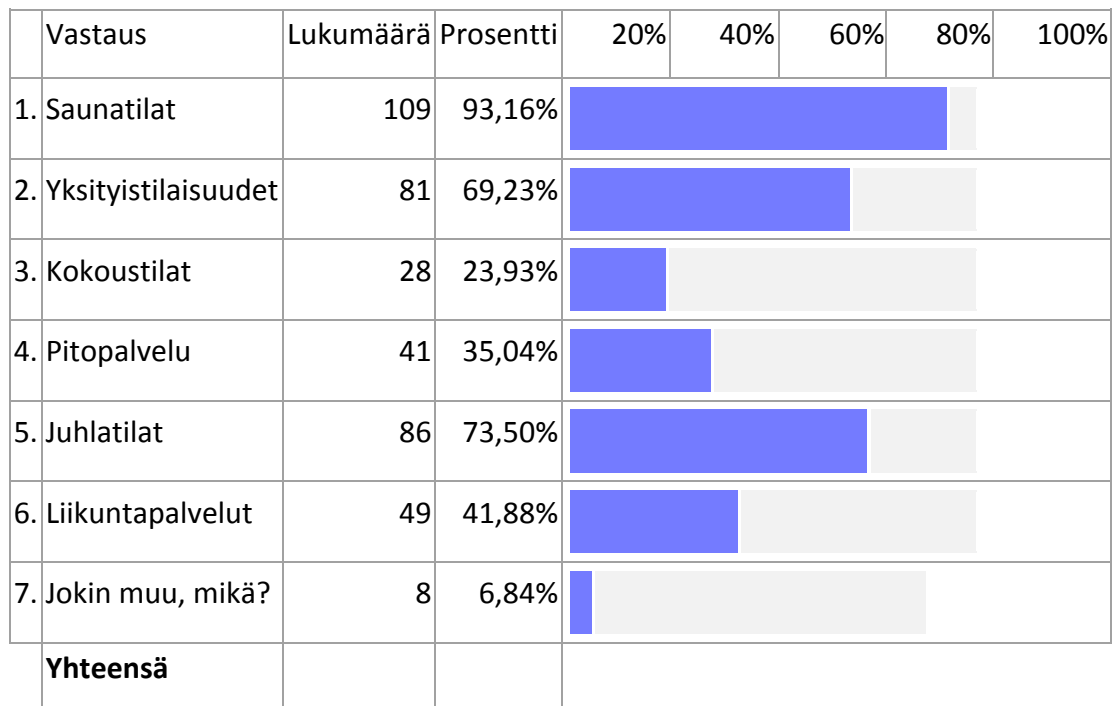
Tutkimuksen kahdeksannessa kysymyksessä selvitetään, mitä kautta ihmiset lähtevät hakemaan tietoa järjestäessään yksityistilaisuuksia. Vastaukseksi pystyi valitsemaan useamman vaihtoehdon. Vaihtoehdot olivat: Internet / Google, Printtimedia / lehdet, Tiedustelupalvelut, Kaverit, sekä Jokin muu, mikä?

Ylivoimaisesti suurin osa vastaajista valitsi vaihtoehdon "Internet / Google", 111 kertaa. Seuraavaksi suosituin tiedonhakuväylä oli vaihtoehto "Kaverit", 73 kpl. Nämä kaksi erottuivat selvästi loppuista vaihtoehdoista (ks. kuvio 8). Kysymyksen tulos oli erittäin miellyttävä mietittäessä tulevaa palvelua, ja internetin ollessa ylivoimaisesti suosituin vaihtoehto.

	Vastaus	Lukumäärä	Prosentti	20%	40%	60%	80%	100%
1.	Internet / google	111	94,87%					
2.	Printtimedia / lehdet	1	0,85%					
3.	Tiedustelupalvelut	3	2,56%					
4.	Kaverit	73	62,39%					
5.	Jokin muu, mikä?	4	3,42%					
	Yhteensä							

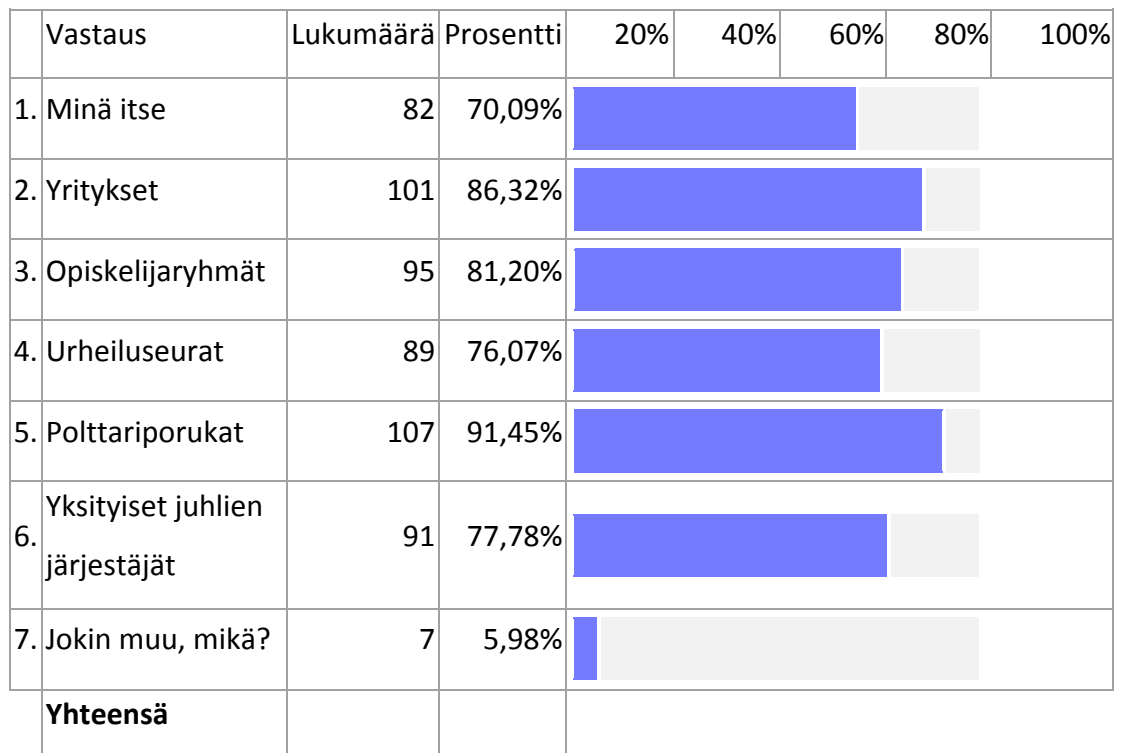
KUVIO 8. Tiedonhakuväylät järjestettäessä yksityistilaisuuksia

Kysymyksessä 9 pyrittiin kartoittamaan, millaisia tiloja ja palveluita käyttäjät haluaisivat pystyä varaamaan sivuston kautta. Vastauksista saatava tieto helpottaa tila- ja palvelutyyppien valitsemista sivustolle. Tässäkin kysymyksessä käyttäjä pystyi valitsemaan useamman vaihtoehdon. Vaihtoehdot olivat: Saunatilat, Yksityistilaisuudet, Kokoustilat, Pitopalvelu, Juhlatilat, Liikuntapalvelut, sekä Jokin muu, mikä? Vaihtoehto ”Saunatilat” oli tässä kysymyksessä suosituin, sillä sen valitsi 109 vastaajaa. Seuraaviksi nousivat vaihtoehdot ”Juhlatilat” (86kpl) ja ”Yksityistilaisuudet” (81kpl). Muut vaihtoehdot saivat tasaisesti kannatusta 28:n ja 49 kappaleen välillä (ks. kuvio 9). ”Jokin muu, mikä?” -kohtaan tuli neljä vastausta, joista huomioitavia olivat vastaukset: ”Yritysten yhteistyökumppanit” ja ”Omasta varaushistoriasta”.



KUVIO 9. Varattavien tilojen ja palveluiden kiinnostavuus

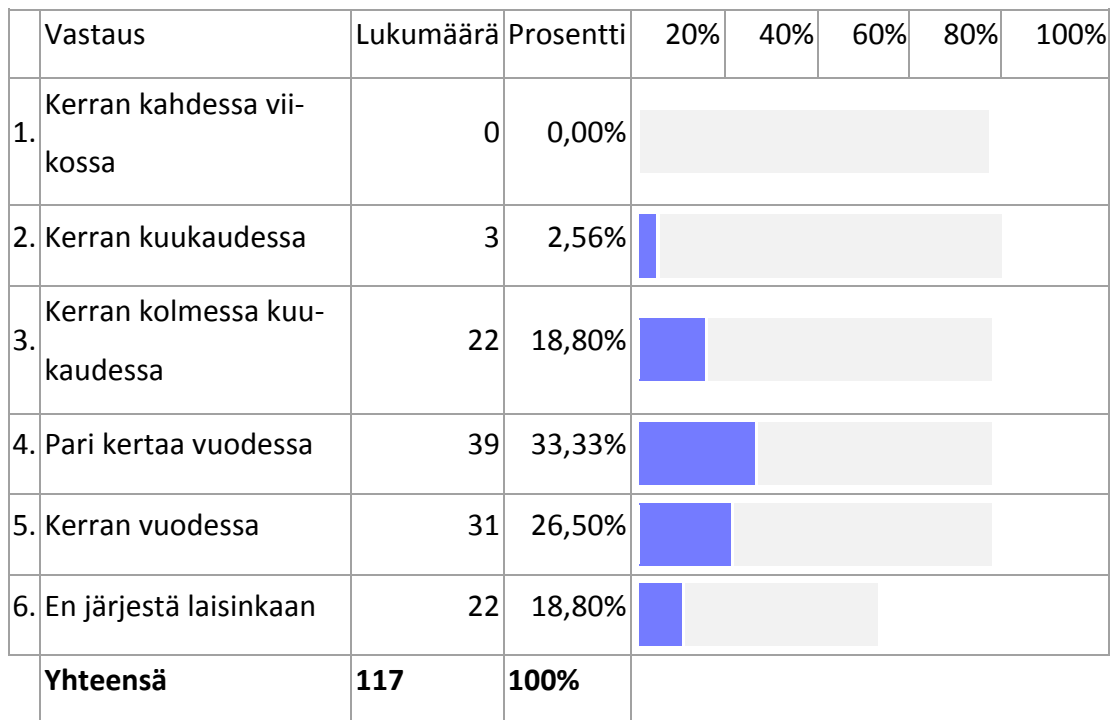
Kysymyksessä 10 selvitettiin vastaajien mielipidettä siitä, keiden he uskoisivat käyttävän www.virkistyspaiva.fi -palvelua. Tällä haettiin tietoa mille kohderyhmille tulevaa palvelua mahdollisesti suunnataan. Vastaaja pystyi valitsemaan useamman vaihtoehdon. Vaihtoehdot olivat: Minä itse, Yritykset, Opiskelijaryhmät, Urheiluseurat, Polttariporukat, Yksityiset juhlien järjestäjät, sekä Jokin muu, mikä? Tässä kysymyksessä jokainen vaihtoehto sai tasaisesti ääniä. Suosituimmaksi nousi kuitenkin vaihtoehto ”Yksityiset juhlien järjestäjät” jonka valitsi 107 vastaajaa 117 vastaajasta. Toiseksi eniten ääniä sai vaihtoehto ”Yritykset” 101:llä äänellä (ks. kuvio 10). Loput vaihtoehdot saivat tässäkin kysymyksessä tasaisesti kannatusta. ”Jokin muu, mikä?” osiossa mainittiin muun muassa seuraavaa: ”Mökkejä, matkoja, esim. lumikelkkasafaria, vesihiihtoa, yms. aktiivista mielikuvituksen rajoissa, mikä ei välttämättä sovi Liikuntapalveluiden raameihin”. Myös musiikkipalveluja toivottiin tässä osiossa.



KUVIO 10. Palvelun mahdolliset käyttäjät

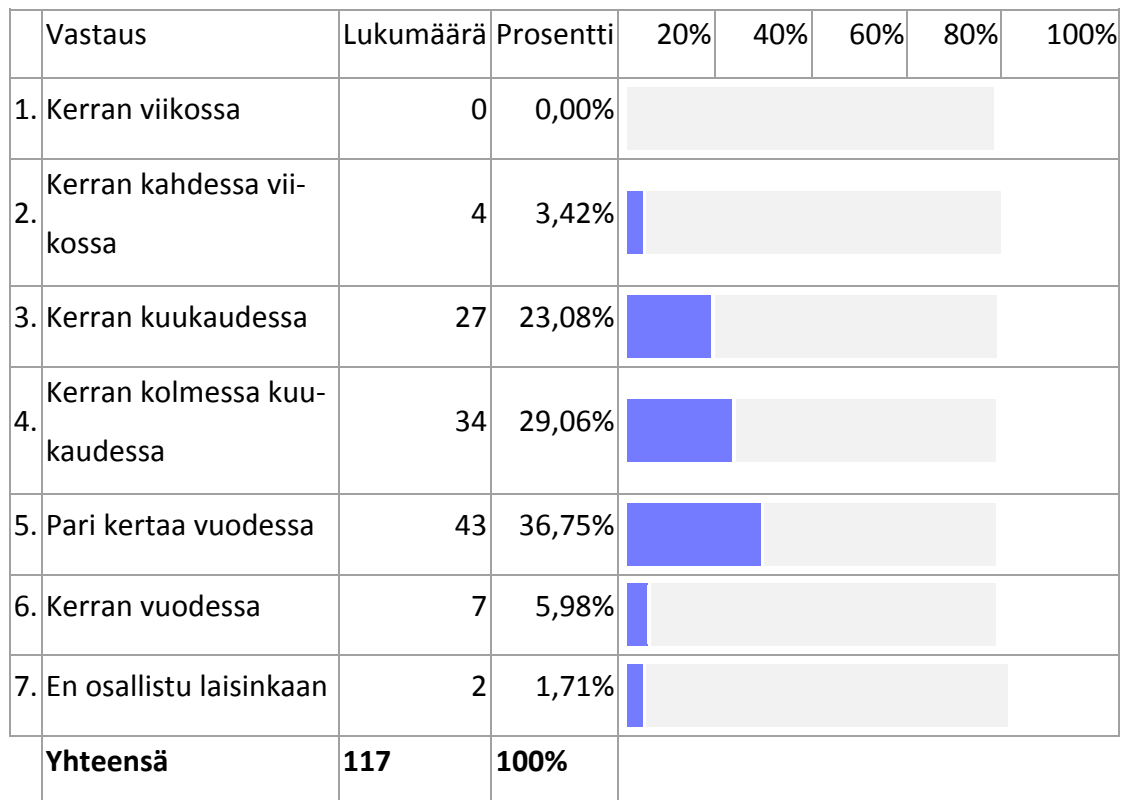
5.5 Yksityistilaisuuksien järjestäminen ja osallistuminen

Kysymyksessä 11 haluttiin selvittää, kuinka usein vastaajat järjestävät saunailtoja ja muita yksityistilaisuuksia. Vastaajista kolmannes järjestää yksityistilaisuuksia pari kertaa vuodessa (33,33%). Seuraavaksi nousi vastaus kerran vuodessa, 26,50%. Myös vastaukset ”En järjestä lainkaan” ja ”Kerran vuodessa” saivat merkittävän osan äänistä: 18,80% kumpainenkin. 2,56% vastaajista järjestää saunaillan tai yksityistilaisuuden kerran kuukaudessa (ks. kuvio 11).



KUVIO 11. Tilaisuuksien järjestäminen

Kysymys 12 oli jatkumoa edelliseen kysymykseen. Tässä pyrittiin selvittämään, kuinka usein vastaajat osallistuvat saunailtoihin tai muihin yksityistilaisuuksiin. Tällä haettiin tietoa siitä, kuinka paljon alhaisempi kynnys on osallistua kuin lähteä järjestämään yksityistilaisuuksia. 36,75% vastaajista valitsi vaihtoehdon ”Pari kertaa vuodessa” joka oli tämän kysymyksen suosituin vastaus. Olisin odottanut hieman suurempaa eroa verrattaessa edelliseen kysymykseen. Vaihtoehto ”Kerran kolmessa kuukaudessa” sai 29,06% ja vaihtoehto ”Kerran kuukaudessa” (23,08%) olivat tämän kohdan seuraavaksi suosituimmat (ks. kuvio 12). Verrattaessa edelliseen kysymykseen oli nousua huomattavasti, eli osallistumisen kynnys on matalampi kuin itse tilaisuuden järjestäminen ja varaaminen.



KUVIO 12. Yksityistilaisuuksiin osallistuminen

5.6 Lopullinen mielikuva palvelusta

Viimeisenä kysymyksenä tiedusteltiin lopullista mielikuvaa www.virkistyspaiva.fi -palvelusta, eli kuinka tärkeänä vastaajat kokevat kyseisen palvelun. Tällä haettiin lopullista mielikuvaa sivustosta ja myös vertailua kyselyn ensimmäiseen kysymyseen. Vastaajista yli puolet, 52,59%, piti palvelua melko tarpeellisena ja 24,24% erittäin tarpeellisena. Jonkin verran tarpeellisena palvelua piti 22,41% vastaajista. Eli 99,24% vastaajista piti palvelua vähintään jonkin verran tarpeellisena (ks. kuvio 13). Tämä on projektin kannalta erittäin positiivinen tulos.

	Vastaus	Lukumäärä	Prosentti	20%	40%	60%	80%	100%
1.	Erittäin tarpeellinen	28	24,14%	<div><div></div></div>				
2.	Melko tarpeellinen	61	52,59%	<div><div></div></div>				
3.	Jonkin verran tarpeellinen	27	22,41%	<div><div></div></div>				
4.	Ei kovin tarpeellinen	1	0,86%	<div><div></div></div>				
5.	Ei mitään käyttöä	0	0,00%					
	Yhteensä	117	100%					

KUVIO 13. Lopullinen mielikuva www.virkistyspaiva.fi -sivuston tarpeellisuudesta

5.7 Vapaa sana

Tutkimuksen viimeisessä osiossa kyselyyn vastaajilla oli vapaa sana koskien www.virkistyspaiva.fi -palvelua. Tällä haettiin yleisiä mielipiteitä, kehitysideoita ja tuntemuksia koskien palvelua tutkimuksen perusteella. Tässä muutamia kyselyyn vastanneiden mielipiteitä vapaa sana osiossa:

Miksei tällaista sivustoa ole jo olemassa?

Hyvä ajatus tarjota tuollaista palvelua, josta näkisi erilaisia vaihtoehtoja yhdellä kertaa yhdestä sivustosta - asiakkaan näkökulmasta erillisten palveluntarjoajien etsiminen ja googlettaminen on iso työ.

Ohjelmanumeroiden / muiden viihdykkeiden tai aktiviteettien tilaamisen mahdollisuus tilojen yhteyteen on erittäin tärkeää! Kannattanee kartoittaa yhteistyömahdollisuudet mm. tapahtumatoimistojen kanssa. Sivuston markkinointia lähtisin suuntaamaan johdon assistenteille / sihteerille suoraan. Verkkosivuston mielenkiintoisuus ja ajankohtaisuus erittäin tärkeää.

Erityisesti Helsingissä olisi hienoa, jos voisi katsella netistä saunatilojen sun muiden paikkojen vuokria. Nyt ainut mahdollisuus on soitella hotel-

leihin ja ne ovat yleensä aina varattuja. Muut paikat eivät taas osaa ilmoitella, että niitä löytyisi Googlesta helposti.

Pyrkikää tarjoamaan konseptin sisällä mahdollisimman laajasti eri vaihtoehtoja niin, että asiakas saa tarpeiden ja toiveiden mukaan räätälöidyn elämyksen. Kaikille aisteille jotain! Tsemppiä!

En ole koskaan järjestänyt mitään yksityistilaisuuksia, koska olen kokenut haastavaksi löytää sopiva tila. Tämän palvelun myötä se olisi huomattavasti helpompaa!

6 JOHTOPÄÄTÖKSET

6.1 Ensivaikutelma

Vastaajien mielikuva lyhyen kuvauksen pohjalta www.virkistyspaiva.fi -palvelusta oli erittäin positiivinen. Melkein puolet vastanneista olivat melko kiinnostuneita palvelusta. Melkein neljännes vastaajista olivat jopa erittäin kiinnostuneita. Kukaan kysymyksiin vastanneista ei valinnut vaihtoehtoa, jonka mukaan ei olisi lainkaan kiinnostunut palvelusta. Jo ensimmäisen kysymyksen pohjalta voidaan tehdä johtopäätös, että palvelulle on ainakin tämän tutkimuksen pohjalta tässä vaiheessa kiinnostusta (ks. kuvio 1).

6.2 Mitä ominaisuuksia vastaajat arvostivat

Tutkittaessa sivuston ominaisuuksia nousi esille kolme selvästi tärkeintä asiaa vastaajien mielestä. Kaikista tärkeimpänä ominaisuutena vastaajat pitivät ajanvarausjärjestelmää, josta näkee milloin mikäkin tila on vapaana (ks. kuvio 4). Jopa 86 prosenttia vastaajista piti ajanvarausjärjestelmää erittäin tärkeänä ominaisuutena. Sivusto perustuu pitkälti ajanvarausjärjestelmään, joka on yksi palvelun valteista, joten oli hienoa huomata vastaajien olevan yhtä mieltä tästä asiasta.

Melkein neljännes vastaajista piti sivuston helppoutta ja nopeutta erittäin tärkeänä ominaisuutena. Tähän pyritään luomalla sivustosta mahdollisimman selkeä ja käyttäjystävällinen. Emme myöskään lisää mitään ylimääräistä sivuille (ks. kuvio 2).

Yli puolet vastaajista piti mahdollisuutta varata tila/palvelu suoraan sivustolta erittäin tärkeänä ja hieman alle kolmasosa melko tärkeänä (ks. kuvio 2). Tästäkin voidaan

päätellä, että tutkimukseen vastanneet ihmiset arvostavat mahdollisuutta varata tiloja/palveluita suoraan omalta koneelta.

Hieman yllättäen noin joka toinen piti hintavertailumahdollisuutta erittäin tärkeänä (ks. kuvio 3). Tästä voidaan päätellä, että vastaajat eivät välttämättä lähde hakemaan tiloja/palveluita suoranaisesti kustannuksien mukaan. Mutta tämä on kuitenkin edelleen erittäin tärkeä osa sivustoa vastaajien mielestä.

Joka toinen vastaajista piti palautteen antamista jälkikäteen varatusta tilasta/palvelusta melko tärkeänä (ks. kuvio 5).

Tutkittaessa tuloksia tämän osion perusteella, vastaajat arvostavat sitä seikkaa että palvelussa voidaan tehdä lopullinen varaus. Käyttäjä haluaa tehdä tilojen/palveluiden vertailun itse kotikoneelta, sekä nähdä milloin kyseinen tuote on vapaana varattavaksi. Unohtamatta sitä, että sivustolla täytyy pystyä viemään tilaus loppuun asti. Käyttäjän pitää päästä tekemään itse lopullinen ostopäätös, eli tilan/palvelun varaus, jonka sivusto mahdollistaa.

6.3 Sivuston kiinnostus

Kun tarkastellaan vastaajien kiinnostusta yleisesti sivuston käyttöä kohtaan sekä arvioituja vierailumääriä, voimme iloksemme todeta, että melkein jopa puolet vastaajista olisivat melko kiinnostuneita käyttämään sivustoa vapaa-ajallaan. Noin kolmasosa olisi jonkin verran kiinnostunut. Erittäin positiivista oli todeta, että yksikään vastaaja ei valinnut vaihtoehtoa ”En lainkaan kiinnostunut” (ks. kuvio 6).

Sivuston mahdollisia vierailumääriä vastaajien keskuudessa tutkittaessa melkein puolet vastaajista uskoisi vierailevansa sivustolla kerran kuukaudessa. Tämä oli suosituin vaihtoehto. Noin kolmasosa uskoisi käyvänsä sivustolla vain kerran vuodessa (ks. kuvio 7). Näiden vastausten perusteella on siis tehtävä paljon töitä sen eteen, että ihmiset löytäisivät sivustolle useammin.

6.4 Tiedonhakukanavat ja potentiaaliset kohderyhmät

Kuten tuloksista (ks. kuvio 8) voidaan todeta, lähes jokainen kyselyyn vastannut lähti hakemaan tietoa internetistä / Googlesta järjestäessään saunailtaa tai muuta yksityistilaisuutta. Tämä on erittäin hyvä ja tärkeä tulos, koska sivustomme pyrkii sijoittumaan ensimmäiseksi vaihtoehdoksi kyseisellä ”kentällä” haettaessa Googlen hakupalvelusta. Myös kavereiden kautta haetaan paljon tietoa, joka taas nostaa puskaradiomainnon tarpeellisuuden esiin.

Tutkittaessa millaisia tiloja vastaajat haluaisivat varata sivuston kautta, nousi vaihtoehto saunatilat suosituimmaksi (ks. kuvio 9). Tässä kysymyksessä kuitenkin kaikki vaihtoehdot saivat tasaisesti kannatusta, josta voimme tehdä johtopäätöksen että sivuston ei kannata keskittyä vaan muutamaan tyyliltään erilaiseen tilaan. Mahdolliset sivuston käyttäjät haluavat pystyä varaamaan monia eri tyyppisiä tiloja ja palveluita. Saunatilojen jälkeen halutuimpia tiloja olivat juhlatilat ja yksityistilaisuudet.

Tuloksia katsottaessa (ks. kuvio 10) käy ilmi, että sivuston mahdollisia käyttäjiä vastaajien mielestä ovat kaikki luetellut vaihtoehdot. Eniten suosiota saivat yritykset ja polttariporukat. Sivustomme markkinointi kohdistetaankin suurelta osin yrityksille, johon tämä tulos antaa selkeää tukea. Tässä kohdassa kuitenkin jokainen vaihtoehto sai hyvin kannatusta, ja se puolestaan luo uskoa sille, että palvelu voi herättää kiinnostusta melkein missä vaan kohderyhmässä sulkematta ketään sen ulkopuolelle.

6.5 Vastaajien aktiivisuus koskien yksityistilaisuuksia

Verrattaessa vastaajien aktiivisuutta järjestää yksityistilaisuuksia ja osallistua niihin, voidaan todeta, että osallistuminen yksityistilaisuuteen on paljon todennäköisempää kuin sellaisen järjestäminen. Vastaajista hieman alle viidesosa järjestää yksityistilai-

suuden kerran kolmessa kuukaudessa, kun taas melkein kolmasosa osallistuu yksityistilaisuuksiin kerran kolmessa kuukaudessa (ks. kuvio 11). Vähän alle viidesosa vastaajista ei järjestä lainkaan yksityistilaisuuksia. Tähän sivusto yrittää luoda muutoksen tarjoamalla palvelun, jonka kautta yksityistilaisuuksien järjestäminen on helppoa ja nopeaa suoraan yhden sivun kautta. Tuloksista käy myös ilmi, että muutama vastaaja järjestää yksityistilaisuuden jopa kerran kuukaudessa. Suosituin tulos oli järjestämisen suhteen kerran vuodessa ja osallistumisessa pari kertaa vuodessa.

6.6 Www.virkistyspaiva.fi -sivuston tarpeellisuus

Viimeisenä tutkimuksessa selvitettiin, kuinka tarpeellisenä vastaajat kokevat www.virkistyspaiva.fi -palvelun. Voimme todeta että tämä kysymys täytti odotukset. Kuten tuloksista voidaan todeta (ks. kuvio 12), neljäsosa vastaajista piti palvelua erittäin tärkeänä. Hieman yli puolet vastaajista taas piti palvelua melko tarpeellisenä. Jonkin verran tarpeellisenä sitä piti hieman alle neljäsosa. Tämän perusteella 99% vastaajista piti palvelua vähintään jonkin verran tarpeellisenä. Tulos on erittäin positiivinen, johon on pakko olla tyytyväinen. Kukaan tutkimukseen vastanneista henkilöistä ei todennut, ettei näkisi sivustolla mitään käyttöä.

Tutkimus luo vankan pohjan sille väitteelle, että tällainen sivusto on tarpeellinen, ja että sille löytyy käyttäjiä.

6.7 Vastaajien omat mielipiteet

Tutkimuksen viimeisessä osiossa kyselyyn vastaajalla oli vapaa sana koskien palvelua. Yhteensä palautetta kirjoitti 25 henkilöä. Näistä 14 vastausta olivat asiallisia, jotka oikeasti koskivat palvelua ja joista voidaan saada lisää kehitysideoita. Loput 11 olivat hukkavastauksia.

Vastaajat kokivat että tällaisessa palvelussa toteutuksen täytyy olla erittäin hyvin onnistunut jotta sitä alettaisiin käyttää paljon. Myös koettiin että tarjonnan täytyy olla kattava ettei se keskity esimerkiksi pelkästään saunatiloihin. Musiikkiesiintyjiä ja aktiviteetteja toivottiin sivustolle. Vapaa sana -osion viimeinen vastaus oli erityisen mieleinen; siinä vastaaja toteaa, ettei ole ikinä järjestänyt yhtäkään yksityistilaisuutta, mutta uskoo että sivustomme kautta tähän tulisi muutos.

6.8 Pohdinta

Tutkimusvälineenä toiminut Digium-ohjelma oli onnistunut valinta. Sillä saatiin aikaan kattavat ja riittävät tulokset selville www.virkistyspaiva.fi -palvelusta. Tulosten analysoinnissa Digium oli erittäin hyvä vaihtoehto tarjoten kattavan tulospalvelun. Jo kyselyn alusta lähtien oli hienoa huomata, että www.virkistyspaiva.fi -sivustolle on tarvetta. Kyselyn edetessä tämä asia vain vahvistui.

Kun sivusto alkaa saada lopullisen muotonsa, on tutkimuksen pohjalta hyvä kiinnittää huomioita seuraaviin asioihin: sivuston on todellakin oltava käyttäjäystävällinen ja helppo, sivustolta löytyvät kaikki ne ominaisuudet, joita tutkimukseen vastaajat arvostivat. Näistä tärkeimpänä toimiva ja selkeä ajanvarausjärjestelmä.

Erilaisten tilojen ja palveluiden tarjonnan määrä on myös tärkeä. Sivustolta täytyy löytyä monia eri tyyliä varattavia tiloja sekä palveluita. Ihmiset haluavat rakentaa koko virkistyspäivänsä yhden sivuston kautta, joten sieltä täytyy löytyä aktiviteetteja alkuiltaan sekä sauna- tai yksityistilat illanviettoon. Myös mahdollinen yhteistyö yökerhojen kanssa täytyy ottaa tulevaisuudessa huomioon, jolloin koko päivän voisi paketoita sivustolta.

Sivuston markkinointiin ja näkyvyyteen täytyy kiinnittää erityisesti huomiota. Tutkimuksen mukaan vastanneet henkilöt vierailisivat harvakseltaan sivustolla, mutta tähän voidaan vaikuttaa onnistuneella markkinoinnilla. Markkinointiin täytyy panostaa erityisesti www.virkistyspaiva.fi -sivuston alkuvaiheessa, jolloin uusi palvelu tuodaan

ihmisten tietoisuuteen. Sivuston blogi-osion täytyy päivittyä riittävän usein, jotta sinne saadaan sellaisia käyttäjiä, jotka eivät välttämättä ole varaamassa tilaa/palvelua, vaan alkavat seurata blogia ja sen uutisia. Sivujen täytyy pysyä ajan hermolla ja olla nopeasti muokattavissa, jos ilmenee jotain yllättäviä ongelmia.

Tutkimusta oli erittäin mielenkiintoista tehdä, koska kyseessä oli uuden palvelun mielikuvatutkimus. Myös se seikka, että tutkimuksessa lähdettiin tutkimaan juuri oman yrityksemme tulevaa konseptia, antoi tutkimukselle vielä enemmän arvoa, ja jopa jännitystä siitä, miltä tulokset näyttäivät. Tulokset olivat erittäin positiivisia, ja voidaanakin todeta, että www.virkistyspaiva.fi -sivusto on tarpeellinen ja haluttu lisä oman alansa palveluihin.

7 PROJEKTIN ARVIOINTI

Projekti eteni hyvin suunnitelman mukaan. Aikataulullisesti projektia jouduttiin hie-
man muuttamaan alkuperäisestä suunnitelmasta, jossa sivusto saataisiin auki jo tou-
kokuussa 2011. Päivämäärää lykättiin kuukaudella kesäkuun alkuun, ja päätöksen
jälkeen aikataulu piti. Tällä hetkellä sivusto on muutamaa ulkoasun muutosta vaille
valmis. Ajanvarausjärjestelmä saadaan lopulliseen muotoonsa viimeistään toukokuun
toisella viikolla, joten sen testaamiseen on riittävästi aikaa. Aikataulutimme projektin
joka viikon osalta, joka edesauttoi töiden tekemistä huomattavasti. Tilojen omistajien
kontaktoinnin osalta aikataulu on myös pitänyt hyvin. Tiloja on mukana yksitoista ja
tavoitteena on parikymmentä tilaa/palvelua kun sivusto aukeaa. Uskomme että tämä
tavoite saavutetaan.

Projektin etenemistä on edesauttanut se, että toinen yrityksen vastuunalainen yh-
tiömies Tero Lehtinen, on pystynyt toimimaan siinä täyspäiväisesti Juhanin suoritta-
essa samaan aikaan koulukursseja ja tehden opinnäytetyötä.

Projektin arvioinnin kannalta tärkeä osa on budjetti ja siinä pysyminen. Budjetti on
pysynyt täysin hallinnassa tähän mennessä projektia. Kaikki tarvittavat hankinnat on
pystytty tekemään ilman mitään suurempia yllättäviä menoeriä. Budjetissa pysymistä
ovat auttaneet säännölliset laskelmat, sekä tarkat, hyvin tehdyt etukäteislaskelmat.
Liiketoimintasuunnitelmaa varten tehdyt budjetti- ja kustannusarviot ovat osoittau-
tuneet paikkaansa pitäviksi tässä vaiheessa projektia.

Www.virkistyspaiva.fi -sivuston tarpeellisuuden selvittäminen oli olennainen osa
opinnäytetyötä. Mielestäni tutkimus onnistui siinä hyvin. Tulokset puhuvat puoles-
taan suoraa kieltä siitä, että tällaiselle palvelulle on kysyntää. Hyvin toteutettuna se
olisi suorastaan erittäin kaivattu palvelu. Tutkimus antaa lisäpuhtia tehdä sivustosta
mahdollisimman hyvä ja toimiva, ennen kuin se julkaistaan. Ja kuten jo aikaisemmin
on todettu, oman ja uuden palvelukonseptin tutkimus oli erittäin mielenkiintoinen
toteuttaa ja siitä saatiin kannustavia tuloksia.

Työskentelyn kannalta projektissa on myös onnistuttu mielestäni hyvin. Alkuperäinen työnjako on pitänyt ennalta sovitulla tavalla. Molemmat yhtiökumppanit ovat hoitaneet omat työnsä, kuitenkin tukien toinen toistaan ja ottaen osaa niihin, sekä tuoden omaa näkökulmaansa esille tarpeen vaatiessa. Koska kyseessä on vain kolmen henkilön yritys, on myös yrityksen viestintä toiminut moitteettomasti. Tätä edesauttaa se, että kaikki yhtiökumppanit ovat toisilleen entuudestaan tuttuja ja toimintatavat ovat myös tutut. Kritiikkiä antaisin työskentelyssä kuitenkin ajankäytölle. Ajankäytön pitäisi olla tehokkaampaa työaikana. Koska yrityksellä ei ole toistaiseksi käytössä virallisia toimistotiloja, niin häiriötekijöitä löytyy liikaa työskennellessä esimerkiksi jomman kumman pääyhtiömiehen kotona. Silloin on monesti se vaara, että keskitytään muihin asioihin enemmän, kuin silloin jos käytössä olisivat viralliset työtilat.

Kun tarkastellaan raporttia oppimisen näkökulmasta, voidaan todeta että projekti oli hyvin opettavainen, mutta myös samalla haastava. Tämä oli ensimmäinen opinnäytetyöni ja siksi olikin monta asiaa opeteltavana. Mielestäni olen kehittynyt tämän raportin myötä kirjoittajana. Kehitystä ja oppimista on myös tapahtunut siinä kuinka konkreettisesti tehdyt asiat ilmaistaan raportissa siten, että lukija ymmärtää ne. Raportin tekemistä motivoi se että, siinä keskityttiin perustamamme yrityksen tuottamaan sivustoon. Oli hienoa tehdä tavallaan itselleen töitä, työstämällä opinnäytetyötä joka edesauttaa yrityksemme toimintaa.

Raportin kirjoittaminen onnistui myös mielestäni hyvin. Ongelmiakin kyllä löytyi. Ne olivat pitkälti raportin aikataulutuksessa. Aloittaminen venyi liian pitkälle, mikä kostaui sitten loppupäästä kiireenä. Jouduin keskittymään liikaa firman töihin ja sivuston tekemiseen niin, että opinnäytetyön kirjoittaminen kärsi siitä selvästi. Myös opinnäytetyön suunnitteluun olisi voinut varata enemmän aikaa, ja suunnitelman olisi voinut tehdä huolellisemmin. Kun nämä seikat otetaan huomioon, niin itse projekti sekä raportointi onnistuivat mielestäni kokonaisuudessaan hyvin.

LÄHTEET

Järvinen, A.& Järvinen, P. 2004. Tutkimustyön metodeista. Tampere: Opinpajan kirja.

Kananen, J. 2008. Kvantti – Kvantitatiivinen tutkimus alusta loppuun. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja 89.

Koskinen, J. 2004. Verkkoliiketoiminta. Helsinki: Edita Prima.

Laitinen J. 2011. Seudulla on tarvetta kasvuhakuisille yrityksille. Viitattu 26.4.2011.
<http://www.jykes.fi/?action=juttu&ID=765>. Jyväskylän seudun kehittämissyhtiö Jykes Oy.

Lindén, J-P. 2009. Tee kauppaa netissä! Netera Consulting.

Suomen Uusyrityskeskukset ry. 2011. Perustamisopas alkavalle yrittäjälle 2011.

LIITTEET

Liite 1. Kyselylomake

Mielikuvakysely: www.virkistyspaiva.fi -palvelusta

Pyydämme sinua lukemaan alla olevan kuvauksen palvelukonseptista ja vastaamaan lukemasi perusteella tämän kyselyn kysymyksiin.

[Www.virkistyspaiva.fi](http://www.virkistyspaiva.fi) on Internetissä toimiva erilaisten virkistyspalveluiden välityssivusto. Sivuilla asiakas pystyy selaamaan ja vertailemaan eri vaihtoehtoja tilojen/palveluiden välillä (saunatilat, yksityistilaisuudet, muu virkistyminen), sekä varaamaan itselleen tilan/palvelun mahdollisimman helposti.

Asiakas saa sivujen kautta selkeän kuvan, kuinka paljon mahdollinen tila/palvelu tulee hänelle maksamaan.

Kaikkien tilojen/palveluiden sisällöistä löytyy tarkat kuvaukset, joiden pohjalta asiakas voi tehdä vertailua - niin hinnan kuin myös yleisesti tilojen/palveluiden kesken.

Tietylle päivälle varaaminen onnistuu online-varausjärjestelmän kautta jolla voidaan hakea päiväkohtaisesti kaikki vapaana olevat tilat/palvelut, vertaa esim hostelword.com.

1. Jos yllä kuvatun kaltainen palvelu olisi tarjolla, kuinka kiinnostunut olisit käyttämään/hyödyntämään sitä?

Erittäin kiinnostut, Melko kiinnostunut, Jonkin verran kiinnostunut, En kovin kiinnostunut, En lainkaan kiinnostunut

2. Miten tärkeää sinulle olisi, että kuvattu palvelu sisältäisi seuraavia ominaisuuksia? Arvioi kunkin ominaisuuden tärkeyttä annetulla asteikolla.

Helppous ja nopeus, Online-varausmahdollisuus, Vertailumahdollisuus, Ideoita herättävä palvelu.

Erittäin tärkeä (5), Melko tärkeä (4), Jonkin verran tärkeä (3), Ei kovin tärkeä (2), Ei lainkaan tärkeä (1).

3. Kuinka tärkeänä pidät hintavertailumahdollisuutta kyseisessä palvelussa?

Erittäin tärkeä, Melko tärkeä, Jonkin verran tärkeä, Ei kovin tärkeä, Ei lainkaan tärkeä

4. Kuinka tärkeänä pidät ajanvarausjärjestelmää josta näkee million mikäkin tila/palvelu on vapaana?

Erittäin tärkeä, Melko tärkeä, Jonkin verran tärkeä, Ei kovin tärkeä, Ei lainkaan tärkeä

5. Kuinka tärkeänä pidät mahdollisuutta antaa palautetta varaamastasi palvelusta/tilasta jälkikäteen niin että se näkyy jatkossa muille palvelun käyttäjille?

Erittäin tärkeä, Melko tärkeä, Jonkin verran tärkeä, Ei kovin tärkeä, Ei lainkaan tärkeä

6. Kuinka kiinnostunut olisit käyttämään/hyödyntämään kuvattua palvelua vapaaajallasi, jos sellainen olisi saatavilla?

Erittäin kiinnostunut, Melko kiinnostunut, Jonkin verran kiinnostunut, En kovin kiinnostunut, En lainkaan kiinnostunut

7. Jos alkaisit käyttää sivustoa (www.virkistyspaiva.fi), kuinka usein uskoisit vierailevasi sivustolla?

Kerran tai useammin viikossa, Kerran kahdessa viikossa, Kerran kuukaudessa, Kerran kolmessa kuukaudessa, Pari kertaa vuodessa, Kerran vuodessa, En käyttäisi.

8. Jos olisit järjestämässä saunailtaa tai muuta yksityistilaisuutta niin mitä kautta lähitisit hakemaan tietoa eri vaihtoehtoista?

Internet / google, Printtimedia / lehdet, Tiedustelupalvelut, Kaverit, Jokin muu, mikä?

9. Millaisia tiloja/palveluita haluaisit pystyä varaamaan sivuston kautta?

Saunatilat, Yksityistilaisuudet, Kokoustilat, Pitopalvelu, Juhlatilat, Liikuntapalvelut, Jokin muu, mikä?

10. Kenen /keiden uskoisit käyttävän palvelua?

Minä itse, Yritykset, Opiskelijaryhmät, Urheiluseurat, Polttariporukat, Yksityiset juhlien järjestäjät, Jokin muu, mikä?

11. Kuinka usein järjestät esim. saunailtoja tai muita yksityistilaisuuksia?

Kerran kahdessa viikossa, Kerran kuukaudessa, Kerran kolmessa kuukaudessa, Pari kertaa vuodessa, Kerran vuodessa, En järjestä laisinkaan

12. Kuinka usein osallistut esim. saunailtoihin tai muihin yksityistilaisuuksiin?

Kerran viikossa, Kerran kahdessa viikossa, Kerran kuukaudessa, Kerran kolmessa kuukaudessa, Pari kertaa vuodessa, Kerran vuodessa, En osallistu laisinkaan

13. Kuinka tarpeellisenä pidät www.virkistyspaiva.fi -palvelua?

Erittäin tarpeellinen, Melko tarpeellinen, Jonkin verran tarpeellinen, Ei kovin tarpeellinen, Ei mitään käyttöä

14. Vapaa sana liittyen aiheeseen.





Liite 2. Tutkimuksen tulokset

Jos yllä kuvatun kaltainen palvelu olisi tarjolla, kuinka kiinnostunut olisit käyttämään/hyödyntämään sitä?

	Vastaus	Lukumäärä	Prosentti	20%	40%	60%	80%	100%
1.	Erittäin kiinnostunut	27	23,28%	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>
2.	Melko kiinnostunut	55	47,41%	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>
3.	Jonkin verran kiinnostunut	27	23,28%	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>
4.	En kovin kiinnostunut	8	6,03%	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>
5.	En lainkaan kiinnostunut	0	0,00%	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>
	Yhteensä	117	100%					

Miten tärkeää sinulle olisi, että kuvattu palvelu sisältäisi seuraavia ominaisuuksia?

Arvioi kunkin ominaisuuden tärkeyttä annetulla asteikolla.

	Erittäin tärkeä (Arvo: 5)	Melko tärkeä (Arvo: 4)	Jonkin verran tärkeä (Arvo: 3)	Ei kovin tärkeä (Arvo: 2)	Ei lainkaan tärkeä (Arvo: 1)	Yhteensä
Helppous ja nopeus (avg: 4,64)						100 %
Online- varausmahdollisuus (avg: 4,54)						100 %
Vertailumahdollisuus (avg: 4,43)						100 %
Ideoita herättävä pal- velu (avg: 3,89)						100 %
Yhteensä	53 %	35 %	9 %	2 %	0 %	

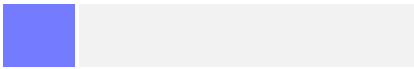

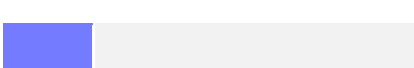

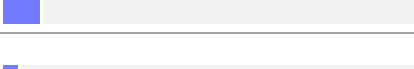
Kuinka tärkeänä pidät hintavertailumahdollisuutta kyseisessä palvelussa?

	Vastaus	Lukumäärä	Prosentti	20%	40%	60%	80%	100%
1.	Erittäin tärkeä	60	51,72%					
2.	Melko tärkeä	41	34,48%					
3.	Jonkin verran tärkeä	15	12,93%					
4.	Ei kovin tärkeä	1	0,86%					
5.	Ei lainkaan tärkeä	0	0,00%					
	Yhteensä	117	100%					

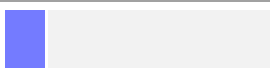

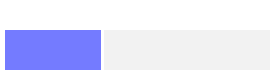
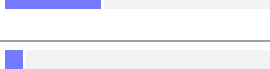
Kuinka tärkeänä pidät ajanvarausjärjestelmää josta näkee million mikäkin tila/palvelu on vapaana?

	Vastaus	Lukumäärä	Prosentti	20%	40%	60%	80%	100%
1.	Erittäin tärkeä	100	86,21%					
2.	Melko tärkeä	17	13,79%					
3.	Jonkin verran tärkeä	0	0,00%					
4.	Ei kovin tärkeä	0	0,00%					
5.	Ei lainkaan tärkeä	0	0,00%					
	Yhteensä	117	100%					

Kuinka tärkeänä pidät mahdollisuutta antaa palautetta varaamastasi palvelusta/tilasta jälkikäteen niin että se näkyy jatkossa muille palvelun käyttäjille?

	Vastaus	Lukumäärä	Prosentti	20%	40%	60%	80%	100%
1.	Erittäin tärkeä	21	17,95%					
2.	Melko tärkeä	58	49,57%					
3.	Jonkin verran tärkeä	26	22,22%					
4.	Ei kovin tärkeä	11	9,40%					
5.	Ei lainkaan tärkeä	1	0,85%					
	Yhteensä	117	100%					

Kuinka kiinnostunut olisit käyttämään/hyödyntämään kuvattua palvelua vapaa-ajallasi, jos sellainen olisi saatavilla?

	Vastaus	Lukumäärä	Prosentti	20%	40%	60%	80%	100%
1.	Erittäin kiinnostunut	19	16,24%					
2.	Melko kiinnostunut	49	41,88%					
3.	Jonkin verran kiinnostunut	43	36,75%					
4.	En kovin kiinnostunut	6	5,13%					
5.	En lainkaan kiinnostunut	0	0,00%					
	Yhteensä	117	100%					

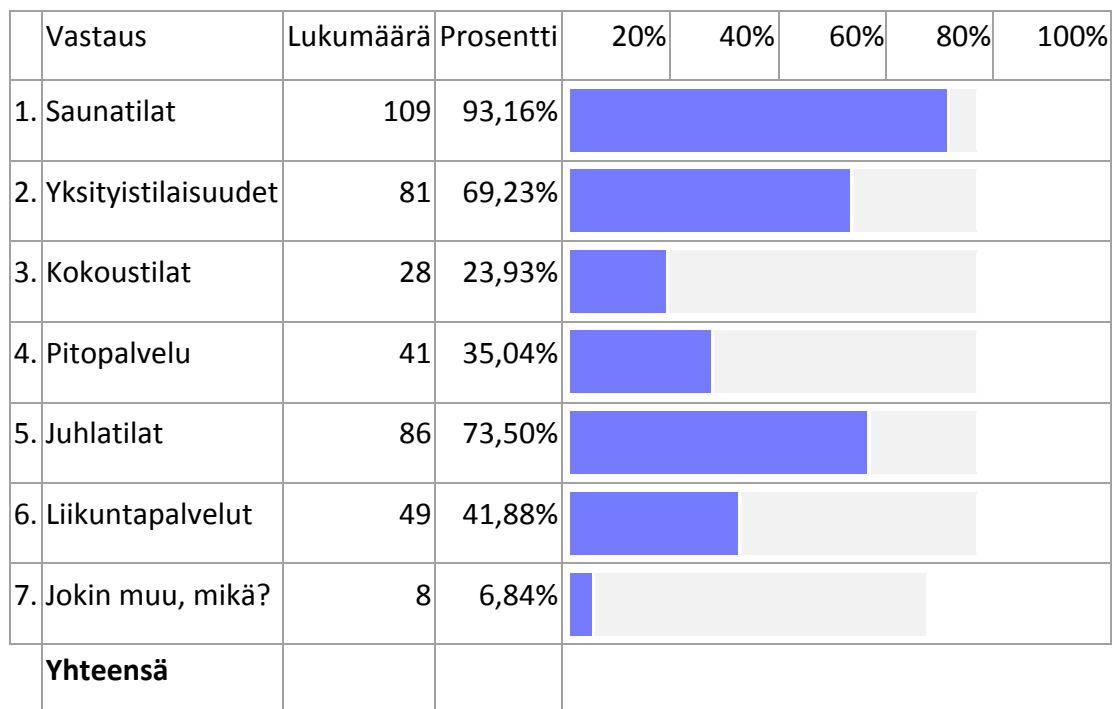
Jos alkaisit käyttää sivustoa (www.virkistyspaiva.fi), kuinka usein uskoisit vierailevasi sivustolla?

	Vastaus	Lukumäärä	Prosentti	20%	40%	60%	80%	100%
1.	Kerran tai useammin viikossa	2	1,71%	<div><div></div></div>				
2.	Kerran kahdessa viikossa	4	3,42%	<div><div></div></div>				
3.	Kerran kuukaudessa	48	41,03%	<div><div></div></div>				
4.	Kerran kolmessa kuukaudes- sa	21	17,95%	<div><div></div></div>				
5.	Pari kertaa vuodessa	40	34,19%	<div><div></div></div>				
6.	Kerran vuodessa	2	1,71%	<div><div></div></div>				
7.	En käyttäisi	0	0,00%	<div><div></div></div>				
	Yhteensä	117	100%					

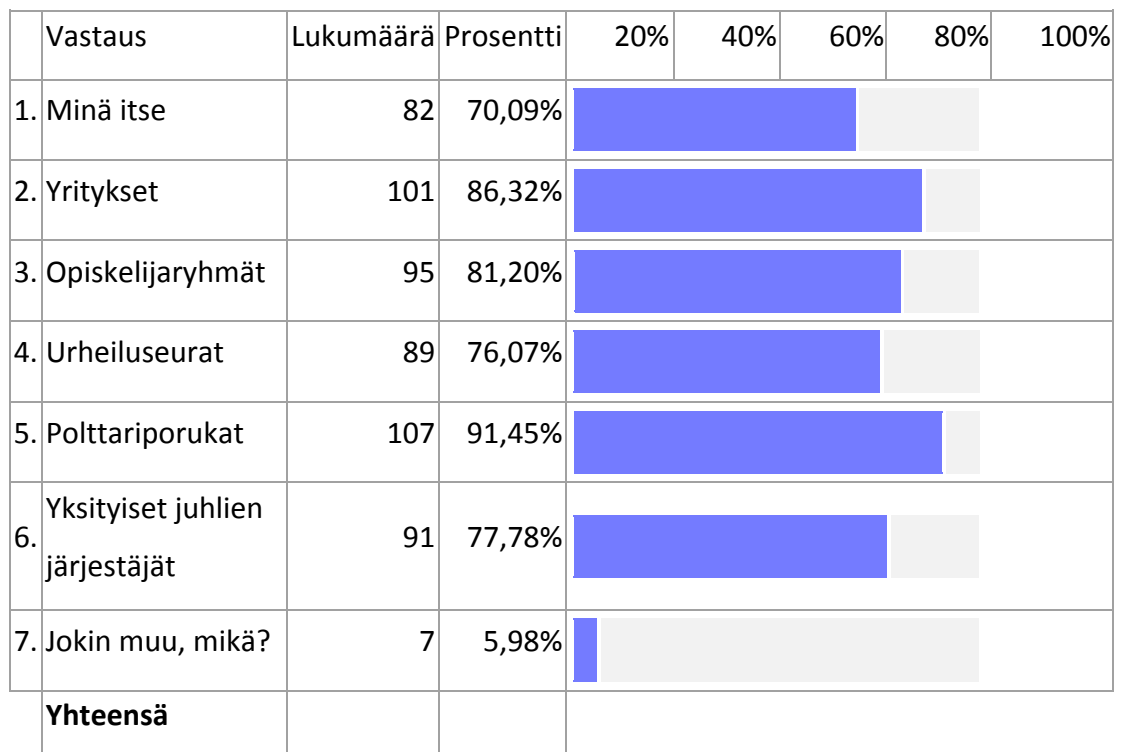
Jos olisit järjestämässä saunailtaa tai muuta yksityistilaisuutta niin mitä kautta lähtisit hakemaan tietoa eri vaihtoehtoista?

	Vastaus	Lukumäärä	Prosentti	20%	40%	60%	80%	100%
1.	Internet / google	111	94,87%	<div><div></div></div>				
2.	Printtimedia / lehdet	1	0,85%	<div><div></div></div>				
3.	Tiedustelupalvelut	3	2,56%	<div><div></div></div>				
4.	Kaverit	73	62,39%	<div><div></div></div>				
5.	Jokin muu, mikä?	4	3,42%	<div><div></div></div>				
	Yhteensä							

Millaisia tiloja/palveluita haluaisit pystyä varaamaan sivuston kautta?



Kenen /keiden uskoisit käyttävän palvelua?



Kuinka usein järjestät esim. saunailtoja tai muita yksityistilaisuuksia?

	Vastaus	Lukumäärä	Prosentti	20%	40%	60%	80%	100%
1.	Kerran kahdessa viikossa	0	0,00%					
2.	Kerran kuukaudessa	3	2,56%					
3.	Kerran kolmessa kuukaudessa	22	18,80%					
4.	Pari kertaa vuodessa	39	33,33%					
5.	Kerran vuodessa	31	26,50%					
6.	En järjestä laisinkaan	22	18,80%					
	Yhteensä	117	100%					

Kuinka usein osallistut esim. saunailtoihin tai muihin yksityistilaisuuksiin?

	Vastaus	Lukumäärä	Prosentti	20%	40%	60%	80%	100%
1.	Kerran viikossa	0	0,00%					
2.	Kerran kahdes- sa viikossa	4	3,42%					
3.	Kerran kuukau- dessa	27	23,08%					
4.	Kerran kolmes- sa kuukaudessa	34	29,06%					
5.	Pari kertaa vuodessa	43	36,75%					
6.	Kerran vuodes- sa	7	5,98%					
7.	En osallistu lai- sinkaan	2	1,71%					
	Yhteensä	117	100%					

Kuinka tarpeellisenä pidät www.virkistyspaiva.fi -palvelua?

	Vastaus	Lukumäärä	Prosentti	20%	40%	60%	80%	100%
1.	Erittäin tarpeellinen	28	24,14%					
2.	Melko tarpeellinen	61	52,59%					
3.	Jonkin verran tarpeellinen	27	22,41%					
4.	Ei kovin tarpeellinen	1	0,86%					
5.	Ei mitään käyttöä	0	0,00%					
	Yhteensä	117	100%					

